

BAB III

PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN I-COS CAFÉ

Pada bab ini, penulis akan menyajikan data yang telah diperoleh melalui penelitian dengan responden 100 pengunjung ICOS Cafe. Jawaban responden akan diolah menggunakan berbagai uji diantaranya kategorisasi dan rekapitulasi variabel, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi, uji t dan uji F serta koefisien determinasi dengan menggunakan program proses data yaitu SPSS (Statistical Program for Social Science) for Windows versi 16.0 untuk menganalisis jawaban dari responden apakah suasana toko yang dibuat ICOS Cafe bagus atau buruk, serta kualitas pelayanan yang diberikan ICOS Cafe baik atau buruk dan bagaimana tingkat loyalitas pelanggan ICOS Cafe apakah tinggi atau rendah.

3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator. Dengan pengujian validitas dapat diketahui apakah butir pertanyaan yang diajukan pada responden hasilnya dapat menerangkan variasi nilai yang ada pada tiap variabel. Apabila indikator loyalitas dapat mengukur tinggi rendahnya tingkat loyalitas pelanggan, indikator suasana toko dapat mengukur baik buruknya suasana toko dan indikator kualitas pelayanan dapat mengukur baik buruknya kualitas pelayanan maka pertanyaan yang diajukan valid, sebaliknya jika pertanyaan tersebut tidak valid maka

tidak dapat menerangkan variasi nilai pada indikator loyalitas pelanggan, suasana toko, dan kualitas pelayanan sehingga harus dihapus dan tidak dapat digunakan.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Adapun r hitung dapat dilihat dari output hasil analisis pada kolom *corrected item-total correlation* di SPSS. Sedangkan nilai r tabel diperoleh dengan menghitung *degree of freedom* (df) = $n-2$, pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden maka $df = n-2$ adalah $100-2 = 98$, dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka r tabelnya adalah 0,1966. Kriteria yang digunakan yaitu apabila r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ($r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$) maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila r hitung lebih kecil dari r tabel ($r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$) maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid. Berikut merupakan hasil uji validitas pada 8 (delapan) instrumen pertanyaan variabel suasana toko :

Tabel 3. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Desain interior	0,618	0,1966	Valid
Tata letak meja dan kursi	0,381	0,1966	Valid
Tingkat pencahayaan	0,435	0,1966	Valid
Musik yang diputar	0,399	0,1966	Valid
Tingkat temperature	0,644	0,1966	Valid
Aroma dalam ruangan	0,624	0,1966	Valid
Tampilan bagian muka	0,649	0,1966	Valid
Desain logo	0,668	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.1 diatas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator variabel suasana toko memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel.

Sehingga variabel harga dalam penelitian ini dikatakan valid sehingga butir pertanyaan yang diberikan pada responden dapat mengukur mahal atau murah nya variabel suasana toko di ICOS Cafe. Baik atau buruknya suasana toko yang ditawarkan di ICOS Cafe dapat diukur dengan menarik atau tidaknya desain interior, baik atau buruknya tata letak meja dan kursi, memadai atau tidaknya tingkat pencahayaan ruangan, sesuai atau tidaknya music yang diputar, nyaman atau tidaknya temperatur ruangan, sedap atau tidaknya aroma, menarik atau tidaknya tampilan bagian muka, unik atau tidaknya logo pada ICOS Café.

Berikut merupakan hasil uji validitas pada 8 (delapan) instrumen pertanyaan variabel kualitas pelayanan:

Tabel 3. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Tingkat kebersihan ruangan	0,516	0,1966	Valid
Fasilitas parkir dan fasilitas lainnya	0,559	0,1966	Valid
Penampilan karyawan	0,549	0,1966	Valid
Ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	0,582	0,1966	Valid
Kecepatan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan	0,613	0,1966	Valid
Pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan	0,642	0,1966	Valid
Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	0,694	0,1966	Valid
Ketelitian karyawan dalam penghitungan pembayaran	0,661	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.2 diatas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator variabel kualitas pelayanan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini dikatakan valid sehingga butir pertanyaan yang diberikan pada responden dapat mengukur baik atau buruknya variabel kualitas pelayanan di ICOS Cafe.

Jadi baik atau buruknya kualitas pelayanan di ICOS Cafe dapat diukur dengan bersih atau tidaknya tingkat kebersihan ruangan, memadai atau tidaknya fasilitas parkir dan fasilitas lainnya, rapi atau tidaknya penampilan karyawan, tepat atau tidaknya karyawan dalam melayani pesanan pelanggan, cepat atau tidaknya dalam melayani kebutuhan pelanggan, memadai atau tidaknya pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan, sopan atau tidaknya sikap karyawan dalam melayani, teliti atau tidaknya karyawan dalam penghitungan pembayaran.

Berikut merupakan hasil uji validitas pada 4 (empat) instrumen pertanyaan variabel loyalitas pelanggan:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Keinginan pelanggan mengunjungi dan membeli produk secara berulang	0,735	0,1966	Valid
Frekuensi mengunjungi kafe	0,838	0,1966	Valid
Keinginan pelanggan untuk tidak beralih ke kafe lain yang sejenis	0,838	0,1966	Valid
Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan pada pihak lain	0.784	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.3 diatas, dapat dilihat bahwa seluruh instrumen pertanyaan memiliki nilai r -hitung yang lebih besar dari pada r -tabel. Dimana sesuai dengan ketentuan sebelumnya maka instrument pertanyaan pada variabel kinerja ini dikatakan valid sehingga seluruh butir pertanyaan yang diberikan pada responden dapat mengukur tinggi atau rendahnya loyalitas pelanggan pada ICOS Café.

Jadi tinggi atau rendahnya loyalitas pelanggan pada ICOS Café. dapat diukur dengan ingin atau tidaknya pelanggan mengunjungi dan membeli produk secara berulang, sering atau tidaknya frekuensi pelanggan mengunjungi kafe, ingin atau tidaknya pelanggan untuk tidak beralih ke kafe lain yang sejenis, ingin atau tidaknya pelanggan untuk merekomendasikan pada pihak lain.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan bahwa jika suatu variabel penelitian dilakukan pengukuran kembali dengan menggunakan variabel yang sama dan indikator yang sama maka akan menghasilkan nilai yang sama atau tidak mengalami perubahan. Suatu variabel harus reliabel karena jika tidak reliabel data tersebut tidak dapat diteruskan untuk menguji hipotesis yang ingin diujikan tetapi jika reliabel maka dapat menguji hipotesis penelitian tersebut. Maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel adalah jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ jika diolah dalam program SPSS sehingga bila dilakukan penelitian berikutnya dengan menggunakan variabel yang sama, indikator yang sama dengan studi kasus yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda hasilnya akan tetap sama, namun bila hasilnya tidak reliabel atau nilai

Cronbach Alpha < 0,60 maka bila diteliti ulang dengan menggunakan variabel yang sama, indikator yang sama dengan studi kasus yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda hasilnya akan berbeda. Berikut adalah tabel reliabilitas dari ketiga variabel penelitian ini, suasana toko (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan loyalitas pelanggan(Y)

Tabel 3.4
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbrach Alpha	Alpha	Keterangan
Suasana Toko(X_1)	,825	0.60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,858	0.60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,910	0.60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.4 diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel yang diteliti memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 Dimana hasil tersebut menerangkan bahwa seluruh variabel yang diteliti bersifat reliabel sehingga apabila dilakukan pengujian kembali dengan variabel yang sama dan indikator yang sama akan menunjukkan hasil yang sama.

3.3 Suasana Toko ICOS Café

Suasana toko merupakan sebuah nilai lebih yang harus ditonjolkan oleh kafe agar dapat menjadi pembeda bahkan menjadi nilai lebih dari kafe pesaing. Suasana toko mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Dalam penelitian ini, suasana toko diukur dengan 8 (delapan) indikator, yaitu: *instrore atmosphere* meliputi kesan terhadap desain interior, tata letak meja, penerangan café, musik yang diputar, temperatur ruangan, dan aroma dalam ruangan di ICOS Café. Sedangkan *outstore atmosphere* meliputi kesan terhadap tampilan

bagian muka dan kesan terhadap logo ICOS Café. Berdasarkan indikator-indikator tersebut jika responden menilai bahwa bagian dalam kafe seperti desain interior menarik, tata letak meja dan kursi baik, penerangan pada kafé dengan cahaya yang memadai, dan musik yang di putar sesuai dengan suasana kafe, temperature ruangan yang nyaman, dan aroma yang dihadirkan sedap. Dan Bagian luar kafe seperti tampilan muka kafe menarik dan logo kafe unik maka suasana toko pada ICOS Café tergolong suasana toko yang baik. Namun jika responden menilai bahwa tampilan muka gedung biasa saja, logo kafe tidak unik dan penempatan tidak pas, temperature ruangan terlalu dingin, music yang diputar tidak enak didengar, pencahayaan terlalu gelap, maka suasana toko ICOS Café tergolong suasana toko yang buruk. Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terkait suasana toko ICOS Cafe, maka berikut ini merupakan jawaban-jawaban responden mengenai ke 8 (delapan) indikator yang disusun melalui 8 (delapan) pertanyaan sebagai berikut:

3.3.1 Persepsi Pelanggan mengenai Desain Interior pada ICOS Café

Desain interior yang dimiliki ICOS Cafe dapat mengukur apakah suasana toko yang dimiliki ICOS Cafe tergolong baik atau buruk. Apabila desain interior kafe menarik, maka suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Desain interior kafe yang baik adalah desain interior yang mempunyai konsep yang unik dan berbeda dengan kafe yang lain, mempunyai desain *instagramable* yang membuat pengunjung ingin selalu mengabadikan momen. Namun apabila desain interior tidak menarik maka ICOS Café dapat dikatakan buruk. Desain interior yang tidak menarik adalah desain

interior yang tidak memiliki konsep unik dan memiliki kesamaan konsep dengan kafe lain. Bagaimana penilaian responden mengenai desain interior pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.5:

Tabel 3. 5
Desain Interior ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Menarik	6	6%
2	Menarik	32	32%
3	Cukup Menarik	48	48%
4	Tidak Menarik	14	14%
5	Sangat Tidak Menarik	0	0
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.5 diatas ditunjukkan bahwa 48% responden menjawab ICOS Café memiliki desain interior yang cukup menarik, hal tersebut disebabkan karena beberapa responden menyatakan bahwa desain interior ICOS Cafe tidak terlalu memiliki ciri khas sehingga konsumen jarang mengabadikan momen di dalam kafe, ICOS Cafe tergolong memiliki suasana toko yang biasa-biasa saja bila diukur dengan desain interior yang dimiliki. Lalu terdapat 14% responden menyatakan ICOS Café tidak memiliki ciri khas desain interior yang dapat menarik pengunjung dengan desain interior kafe lainnya, mereka menganggap bahwa desain interior kafe tidak memiliki keunikan yang menarik, sehingga responden yang menjawab dengan jawaban tersebut menganggap bahwa suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe buruk. Namun, masih terdapat 38% responden (32% menarik, 6% sangat menarik) mengatakan bahwa ICOS Cafe memiliki desain interior yang menarik. Dari data diatas dapat dilihat bahwa

desain interior menarik pengunjung ICOS Cafe sehingga dapat mencerminkan suasana toko yang baik.

3.3.2 Persepsi Pelanggan mengenai Tata Letak Meja dan Kursi pada ICOS Café

Tata letak meja dan kursi yang dimiliki ICOS Cafe dapat mengukur apakah suasana yang dimiliki oleh ICOS Cafe tergolong baik atau buruk. Apabila letak meja dan kursi tertata dengan baik maka suasana toko ICOS Café baik. Tata letak meja dan kursi yang baik bila kafe terlihat luas dan nyaman . Namun apabila tata letak meja dan kursi ICOS Café tidak tertata dengan baik maka suasana toko ICOS Café buruk. Tata letak meja dan kursi yang buruk apabila kafe terlihat sempit dan tidak beraturan. Bagaimana penilaian responden mengenai tata letak meja dan kursi pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.6:

Tabel 3. 6
Tata Letak Meja dan Kursi pada ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Baik	3	3%
2	Baik	31	31%
3	Cukup Baik	49	49%
4	Tidak Baik	16	16%
5	Sangat Tidak Baik	1	1%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa responden sebesar 34% (31% memadai dan 3% sangat memadai) menyatakan penataan meja dan kursi sudah baik. Responden berpendapat bahwa ICOS Cafe sangat memperhatikan desain dan tata ruang. Letak meja dan kursi di ICOS Café dapat memudahkan konsumen keluar

masuk ruangan dan bergerak sekaligus tidak mengganggu aktivitas para karyawan yang sedang memberikan pelayanan. Penyusunan meja dan kursi pada tata letak yang tepat dapat menimbulkan kenyamanan, tidak saja bagi pengunjung tetapi juga bagi karyawan yang sedang bekerja. Namun terdapat 17% responden berpendapat bahwa penataan jarak meja dan kursi terlalu sempit sehingga jika keadaan ramai mereka mengalami kesulitan untuk lewat hal tersebut menyebabkan berkurangnya kenyamanan konsumen, jadi mereka merasa bahwa tata letak meja dan kursi tidak baik. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden beranggapan bahwa tata letak meja dan kursi sudah baik sehingga suasana toko di ICOS Cafe tergolong baik.

3.3.3 Persepsi Pelanggan mengenai Pencahayaan pada ICOS Café

Pencahayaan yang dimiliki oleh ICOS Café dapat mengukur apakah suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila pencahayaan dalam kafe memadai, maka suasana toko dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Pencahayaan yang memadai adalah pencahayaan yang pas sesuai dengan suasana yang akan diciptakan kafe dan memadai untuk pengunjung membuat tugas. Di ICOS Café memilih lampu berwarna kuning agar menimbulkan kesan klasik. Lampu kuning yang dipilih sangat memadai karena cocok untuk bersantai dan mengerjakan tugas. Namun apabila pencahayaan yang dimiliki ICOS Café tidak memadai maka suasana toko ICOS Café dapat dikatakan buruk. Pencahayaan yang tidak memadai adalah pencahayaan yang terlalu terang atau redup dan tidak sesuai dengan suasana yang

ingin diciptakan kafe. Bagaimana penilaian responden mengenai pencahayaan pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.7:

Tabel 3. 7
Pencahayaan pada ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Memadai	7	7%
2	Memadai	31	31%
3	Cukup Memadai	50	50%
4	Tidak Memadai	11	11%
5	Sangat Tidak Memadai	1	1%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.7 tersebut diperlihatkan bahwa 12% responden merasa pencahayaan di ICOS Café tidak memadai karena sedikit gelap untuk mengerjakan tugas atau pekerjaan sehingga mereka merasa bahwa pencahayaan ICOS Cafe tidak memadai . Namun walaupun begitu terdapat 38% responden (31% memadai, 7% sangat memadai) menyatakan bahwa pencahayaan pada ICOS Café tergolong memadai dimana responden menyatakan bahwa pencahayaan ICOS Café pas untuk rapat dan nongkrong. Tingkat pencahayaan ICOS Cafe di buat nyaman mungkin sehingga membuat para pengunjung merasa nyaman. Pencahayaan di buat tidak terlalu terang namun juga tidak terlalu gelap untuk menunjang kesan *classic* di dalam kafe. Dari data diatas dapat dilihat bahwa pencahayaan sudah memadai penerangan ICOS Cafe sehingga dapat mencerminkan suasana toko yang baik.

3.3.4 Persepsi Pelanggan mengenai Musik yang Diputar pada ICOS Café

Musik yang diputar pada ICOS Café dapat mengukur apakah suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila musik yang diputar di ICOS Cafe sesuai, maka suasana toko dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Musik yang sesuai adalah musik yang dapat membuat pengunjung merasa nyaman, membangun suasana kafe yang diinginkan oleh pemilik kafe (misalnya: suasana tenang) atau mengingatkan pelanggan akan acara spesial yang sedang berlangsung dalam kafe (misalnya: lebaran atau natal). Namun apabila musik yang diputar pada ICOS Café tidak sesuai maka suasana toko ICOS Café dapat dikatakan buruk. Musik yang diputar tidak sesuai seperti memutar satu jenis musik tertentu. Bagaimana penilaian responden mengenai musik yang diputar pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditujukan pada Tabel 3.8:

Tabel 3. 8
Musik yang Diputar pada ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Sesuai	15	15%
2	Sesuai	30	30%
3	Cukup Sesuai	36	36%
4	Tidak Sesuai	19	19%
5	Sangat Tidak Sesuai	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.8 di atas diketahui bahwa sebesar 45% responden (30% sesuai dan 15% sangat sesuai) menilai variasi jenis musik yang diputar sesuai responden berpendapat bahwa dalam setiap harinya, ICOS Cafe memutar jenis musik yang berbeda-beda seperti mengingatkan pelanggan akan acara spesial yang

sedang berlangsung dalam kafe (misalnya: lebaran atau natal). Dan 36% responden menyatakan cukup sesuai, karena responden tidak merasa terganggu dengan musik yang diputar dalam kafe. Namun 15% responden menyatakan tidak sesuai hal tersebut disebabkan karena reesponden memiliki selera musik yang berbeda-beda. Dari mayoritas responden menganggap musik yang diputar sesuai. Dapat disimpulkan bahwa suasana toko di ICOS Cafe tergolong baik karena mayoritas responden beranggapan bahwa musik yang diputar sesuai.

3.3.5 Persepsi mengenai Temperatur dalam Ruangan ICOS Café

Temperatur yang dimiliki oleh ICOS Café dapat mengukur apakah suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila temperatur dalam ruangan kafe nyaman, maka suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Temperatur yang nyaman apabila udara di dalam ruangan sejuk membuat konsumen menjadi nyaman dan mau berlama-lama di kafe. Namun bila temperatur yang dimiliki ICOS Café tidak nyaman maka suasana toko ICOS Café dapat dikatakan buruk. Temperatur yang tidak nyaman apabila suhu ruangan terlalu tinggi atau terlalu rendah, membuat para pengunjung tidak betah dan ingin segera keluar dari kafe. Bagaimana penilaian responden mengenai temperatur dalam ruangan ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.9:

Tabel 3. 9
Temperatur dalam Ruangan ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Nyaman	14	14%
2	Nyaman	48	48%
3	Cukup Nyaman	25	25%
4	Tidak Nyaman	13	13%
5	Sangat Tidak Nyaman	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.9 di atas diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 62% (48% nyaman dan 14% sangat nyaman) berpendapat bahwa temperatur dalam ruangan ICOS Café pas. Hal ini karena ICOS Cafe mengatur suhu udara sesuai dengan musim yang sedang berlangsung. Misalnya pada saat hujan, maka suhu ruangan akan semakin dinaikkan, agar pelanggan tidak semakin kedinginan jika berada di dalam kafe begitupun sebaliknya. Selain itu pengaturan suhu juga disesuaikan dengan kondisi tertentu yaitu saat jumlah pelanggan yang datang lebih tinggi pada akhir pekan atau saat jam makan. Sehingga temperatur dalam ruangan ICOS Café tergolong nyaman. Meskipun begitu ada 13% responden menyatakan tidak nyaman. Hal ini disebabkan karena kondisi masing-masing orang berbeda, jadi ada yang merasa terlalu dingin bahkan ada yang merasa terlalu panas. Dari data diatas dapat dilihat bahwa temperature pada ruangan ICOS Café nyaman sehingga dapat mencerminkan suasana toko yang baik.

3.3.6 Persepsi mengenai Aroma dalam ruangan ICOS Café

Aroma yang dimiliki oleh ICOS Café dapat mengukur apakah suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila aroma dalam ruangan kafe sedap, maka suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Aroma yang sedap adalah aroma yang membuat selera makan konsumen tergugah. Aroma yang diciptakan ICOS Café adalah aroma kopi agar para pelanggan dapat *rilex* dan tergugah selera untuk memesan kopi di ICOS Café. Namun bila aroma yang dimiliki ICOS Café tidak sedap maka suasana toko ICOS Café dapat dikatakan buruk. Aroma yang tidak sedap adalah aroma yang bau, terlalu harum dan menyengat. Bagaimana penilaian responden mengenai aroma dalam ruangan pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.10:

Tabel 3. 10
Aroma dalam Ruangan ICOS Café

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Sedap	4	4%
2	Sedap	29	29%
3	Cukup Sedap	52	52%
4	Tidak Sedap	15	15%
5	Sangat Tidak Sedap	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.10 diatas ditunjukkan bahwa 52% responden menjawab ICOS Cafe memiliki aroma yang cukup, hal tersebut disebabkan karena beberapa responden menyatakan bahwa aroma dalam ruangan ICOS Cafe memiliki aroma yang biasa saja dan tidak terlalu tajam maka ICOS Café tergolong memiliki suasana

toko yang biasa-biasa saja bila diukur dengan aroma dalam ruangan. Lalu terdapat 15 % responden yang menyatakan bahwa ICOS Café tidak memiliki aroma dalam ruangan yang sedap, mereka menganggap bahwa aroma dalam ruangan memiliki bau yang tidak sedap dan kurang menimbulkan kenyamanan pengunjung, sehingga responden yang menjawab dengan jawaban tersebut menganggap bahwa suasana yang dimiliki oleh ICOS Cafe buruk. Namun, terdapat 33% responden (29% sedap, 4% sangat sedap) mengatakan bahwa aroma dalam ruangan ICOS Cafe memiliki aroma yang sedap sehingga dapat menggugah nafsu makan dan ingin berlama-lama di kafe maka responden yang menjawab pertanyaan dengan jawaban demikian menganggap bahwa suasana dari ICOS Cafe baik.

3.3.7 Persepsi mengenai Tampilan Bagian Muka pada ICOS Café

Tampilan bagian muka yang dimiliki oleh ICOS Café dapat mengukur apakah suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila tampilan bagian muka kafe menarik, maka suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Tampilan bagian muka yang menarik adalah tampilan muka yang unik dan berbeda dengan kafe lain sehingga membuat pengunjung penasaran ingin mampir ke kafe. Namun bila tampilan bagian muka pada ICOS Café tidak menarik maka suasana toko ICOS Café dapat dikatakan buruk. Tampilan bagian muka yang tidak menarik adalah tampilan bagian muka yang tidak unik, hampir sama dengan kafe-kafe lain. Bagaimana penilaian responden mengenai tampilan bagian muka pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditujukan pada Tabel 3.11:

Tabel 3. 11
Tampilan Bagian Muka pada ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Menarik	14	14%
2	Menarik	46	46%
3	Cukup Menarik	23	23%
4	Tidak Menarik	17	17%
5	Sangat Tidak Menarik	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada tabel 3.11 diperlihatkan bahwa persepsi responden terkait dengan tampilan bagian muka ICOS Café menunjukkan sebanyak 17% responden menyatakan bahwa tampilan bagian muka pada ICOS Café tidak menarik dan tidak mencolok, maka responden yang menjawab dengan jawaban seperti itu memiliki persepsi bahwa suasana toko yang dimiliki ICOS Cafe buruk bila diukur dengan tampilan bangunan bagian muka. Selanjutnya terdapat 23% responden yang mengatakan bahwa tampilan bagian muka ICOS Cafe tergolong cukup menarik, sehingga responden yang memberikan jawaban ini menganggap bahwa suasana toko ICOS Cafe tergolong biasa dan tidak termasuk baik dan buruk. Namun walaupun begitu, terdapat 60% responden (46% menarik, 14% sangat menarik) menyatakan bahwa tampilan bagian muka ICOS Cafe dapat dikatakan menarik sehingga responden yang memilih jawaban ini menganggap bahwa ICOS Cafe memiliki suasana toko yang baik karena memiliki tampilan bagian muka yang menarik untuk dikunjungi.

3.3.8 Persepsi mengenai Desain Logo pada ICOS Café

Desain logo yang dimiliki oleh ICOS Café dapat mengukur apakah suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila desain logo ICOS Café unik, maka suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Logo adalah suatu lambang khusus yang mewakili suatu perusahaan dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo yang unik adalah logo yang mempunyai karakteristik, berbeda dengan logo kafe lain dan membuat orang penasaran terhadap kafe lalu ingin mengunjunginya. Namun bila desain logo yang dimiliki ICOS Café tidak unik maka suasana toko ICOS Café dapat dikatakan buruk. Desain logo yang tidak unik adalah logo yang tidak mempunyai karakteristik dan hamper sama dengan kafe lain sehingga sulit dibedakan. Bagaimana penilaian responden mengenai desain logo pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditujukan pada Tabel 3.12:

Tabel 3. 12
Persepsi Desain Logo pada ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Unik	4	4%
2	Unik	29	29%
3	Cukup Unik	48	48%
4	Tidak Unik	19	19%
5	Sangat Tidak Unik	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.12 diperlihatkan bahwa persepsi responden terkait dengan desain logo ICOS Café menunjukkan sebanyak 19% responden menyatakan bahwa desain logo pada ICOS Café tidak unik dan tidak mencolok sehingga kurang membedakan ICOS Café dengan kafe lain yang sejenis, maka

responden yang menjawab dengan jawaban seperti itu memiliki persepsi bahwa suasana toko yang dimiliki ICOS Cafe buruk bila diukur dengan desain logo. Selanjutnya terdapat 48% responden yang mengatakan bahwa desain logo ICOS Cafe tergolong cukup unik, sehingga responden yang memberikan jawaban ini menganggap bahwa suasana toko ICOS Cafe tergolong biasa dan tidak termasuk baik dan buruk. Namun walaupun begitu, masih terdapat 33% responden (29% menarik, 4% sangat menarik) menyatakan bahwa desain logo ICOS Cafe dapat dikatakan unik sehingga responden yang memilih jawaban ini menganggap bahwa ICOS Cafe memiliki suasana toko yang baik karena memiliki desain logo yang menarik untuk dikunjungi.

3.3.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Suasana Toko ICOS Café

Rekapitulasi untuk mengetahui indikator yang diatas rata-rata menggambarkan suasana toko yang baik dan indikator yang dibawah rata-rata menggambarkan suasana toko yang buruk. Setelah data yang dihimpun pada saat penyebaran kuesioner diolah, maka berikut ini merupakan rekapitulasi jawaban responden terkait dengan kualitas produk yang diberikan oleh ICOS Cafe. Rekapitulasi ini difungsikan untuk mengetahui gambaran indikator-indikator mana yang sekiranya dapat memberikan penilaian suasana toko yang baik atau buruk. Bila jumlah frekuensinya dibawah rata-rata maka indikator variabel tersebut membutuhkan perhatian khusus agar dapat mempen rbaiki persepsi konsumen terhadap variabel suasana toko, namun apabila jumlah frekuensinya diatas rata-rata maka indikator variabel tersebut juga

membutuhkan perhatian khusus namun tidak sepuh indikator variabel yang dibawah rata-rata. Maka berikut ini merupakan hasil nilai rerata yang telah dirangkum oleh peneliti:

Tabel 3. 13
Nilai Rerata Indikator Variabel Suasana Toko ICOS Cafe

INDIKATOR		NILAI					TO TAL	RE RA TA
		1	2	3	4	5		
X1.1	Desain interior	0	28	144	128	30	330	3,30
X1.2	Tata letak meja dan kursi	1	32	147	124	15	319	3,19
X1.3	Tingkat pencahayaan	1	22	150	124	35	332	3,32
X1.4	Musik yang diputar	0	38	108	120	75	341	3,41
X1.5	Tingkat temperature	0	26	75	192	70	363	3,63
X1.6	Aroma dalam ruangan	0	30	156	116	20	322	3,22
X1.7	Tampilan bagian muka	0	34	69	184	70	357	3,57
X1.8	Desain logo	0	38	144	184	20	386	3,86
Rerata Total								3,43

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel suasana toko adalah 3,43. Item indikator yang berada lebih dari rata-rata dan mencerminkan suasana toko yang ada di ICOS Cafe cenderung baik adalah 4 (empat) indikator yaitu musik yang diputar, tingkat temperatur, tampilan bagian muka, dan desain logo. Sedangkan item indikator yang berada dibawah rata-rata dan mencerminkan suasana toko yang ada di ICOS Café buruk sehingga membutuhkan perbaikan adalah indikator desain interior, tata letak meja dan kursi, tingkat pencahayaan, dan aroma dalam ruangan.

3.3.10 Kategorisasi Suasana Toko ICOS Cafe

Kategorisasi yang digunakan dalam variabel suasana toko adalah sangat baik, baik, cukup baik, buruk, dan sangat buruk. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel suasana toko maka digunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengkategorisasikan tingkatan jawaban responden terhadap harga berdasarkan data yang diperoleh. Dari 5 alternatif penilaian jawaban dikategorikan menjadi 5 kategori jawaban berdasarkan Skala Likert dengan menggunakan skala interval 1-5. Untuk jawaban mendukung diberi skor tertinggi dan jawaban tidak mendukung diberi skor terendah.

Dari hasil 5 kategorisasi nilai jawaban ini dibuat Lebar interval (I) dengan menggunakan rumus pengukuran interval yaitu:

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana :

I= Interval Kelas

R= Rentang, yaitu skor tertinggi – skor terendah

K= Jumlah Kelas

Secara keseluruhan variable suasana toko terdiri dari 8 pertanyaan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K} = \frac{(8 \times 5) - (8 \times 1)}{5}$$

$$I = \frac{R}{K} = \frac{40 - 8}{5} = 6,4$$

Setelah diketahui interval kelas dari variable suasana toko, maka distribusi nilai kategorisasi suasana toko dapat disusun sebagai berikut:

1. Kategori sangat baik dengan skor : $>33,6 - 40$
2. Kategori baik skor : $>27,2 - 33,6$
3. Kategori cukup baik dengan skor : $> 20,8 - 27,2$
4. Kategori buruk dengan skor : $>14,4 - 20,8$
5. Kategori sangat buruk dengan skor : $8 - 14,4$

Untuk mengetahui suasana toko yang baik adalah jika desain interior menarik, tata letak meja dan kursi baik, pencahayaan pada kafe memadai, musik yang di putar sesuai dengan suasana kafe, temperatur ruangan yang nyaman, aroma yang sedap, tampilan muka kafe menarik dan logo kafe unik. Namun jika desain interior tidak menarik, tata letak meja dan kursi tidak baik, pencahayaan tidak memadai, dan musik yang di putar tidak sesuai dengan suasana kafe, temperature tidak nyaman, aromanya tidak sedap, tampilan muka kafe tidak menarik dan logo kafe tidak unik maka suasana toko di ICOS Cafe buruk. Maka berdasarkan kategori variabel suasana toko diatas, berikut ini disajikan rangkuman jawaban responden tentang suasana toko yang ada di ICOS Cafe:

Tabel 3. 14
Penilaian Suasana Toko ICOS Cafe

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	8	8
Baik	45	45
Cukup Baik	37	37
Buruk	10	10
Sangat Buruk	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.14 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai variabel suasana toko baik karena sebesar 45% responden menyatakan suasana toko yang dihadirkan ICOS Cafe baik, dan bahkan terdapat 8% responden menilai sangat baik. Hal ini terjadi karena desain interior yang klasik dan minimalis tapi menarik, tata letak meja dan kursi yang baik sehingga nyaman dilihat, tingkat pencahayaan memadai sesuai dengan suasana yang dihadirkan, temperatur yang membuat pelanggan nyaman, aroma yang dihadirkan sedap dapat menggugah selera makan, tampilan bagian muka menarik dan desain logo yang unik. Ada 37% responden yang menilaibahwa variabel suasana toko cukup baik. Namun ada 10% responden yang menyatakan bahwa suasana toko yang dimiliki ICOS Cafe buruk sehingga menggambarkan desain interior kurang menarik sehingga kurang bagus untuk di *upload* ke media sosial, penataan meja dan kursi kurang baik sehingga terkesan sempit, pencahayaan yang tidak memadai untuk membuat tugas, temperatur kurang membuat pelanggan nyaman, pelanggan merasa kedinginan atau kegerahan sehingga pelanggan tidak betah berlama-lama di kafe, aroma yang dihadirkan kurang sedap,

tampilan bagian muka yang tidak menarik, dan desain logo yang tidak unik hampir sama seperti kafe sejenis lainnya.

3.4 Kualitas Pelayanan ICOS Café

Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang akan diteliti keterkaitannya dengan Loyalitas Pelanggan ICOS Café. Penilaian tentang baik buruknya kualitas pelayanan dari setiap orang berbeda beda. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur dengan 8 (delapan) indikator, yaitu tingkat kebersihan ruangan, fasilitas parkir dan fasilitas lainnya di ICOS Café, penampilan karyawan, ketepatan dalam melayani pesanan pelanggan, kecepatan dalam melayani kebutuhan pelanggan, pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan, sikap karyawan melayani dengan sopan, ketelitian karyawan dalam penghitungan pembayaran. Berdasarkan pertanyaan - pertanyaan tersebut jika ruangan kafe dalam keadaan bersih, jumlah fasilitas tersedia dengan lengkap, penampilan karyawan yang rapi, mampu melayani pesanan pelanggan dengan tepat dan benar, melayani kebutuhan pelanggan dengan cepat, hafal dengan produk yang dijual, melayani dengan sopan, dalam penghitungan pembayaran teliti maka kualitas pelayanan yang diberikan ICOS Cafe tergolong baik. Tetapi jika ruangan dalam keadaan kotor, jumlah fasilitas tidak mampu menunjang pelayanan, penampilan karyawan tidak rapi, tidak mampu melayani pesanan pelanggan dengan tepat dan benar, melayani kebutuhan pelanggan lambat, tidak hafal dengan produk yang dijual, tidak melayani dengan sopan, dalam penghitungan pembayaran tidak teliti maka kualitas pelayanan yang diberikan ICOS Cafe tergolong buruk. Untuk melihat

bagaimana penilaian responden tentang kualitas pelayanan ICOS Cafe, maka berikut merupakan ulasan jawaban responden yang telah dihimpun pada saat penelitian:

3.4.1 Persepsi mengenai Tingkat Kebersihan Ruangan ICOS

Tingkat kebersihan yang dimiliki oleh ICOS Café dapat mengukur apakah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila ruangan ICOS Café bersih, maka kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Ruangan yang bersih adalah ruangan yang tidak berdebu dan tidak ada sampah berserakan membuat pelanggan betah berlama-lama didalam ruangan kafe sehingga akan melakukan pembelian ulang. Namun bila ruangan yang dimiliki ICOS Café tidak bersih maka kualitas pelayanan ICOS Café dapat dikatakan buruk. Ruangan yang tidak bersih adalah ruangan yang masih banyak debu dan sampah berserakan sehingga membuat pelanggan tidak betah dan ingin segera pergi dari kafe. Bagaimana penilaian responden mengenai tingkat kebersihan ruangan ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditujukan pada Tabel 3.15:

Tabel 3. 15
Tingkat Kebersihan ICOS Cafe

No	Persepsi	Frekuensi	Presentasi (%)
1	Sangat Bersih	23	23%
2	Bersih	58	58%
3	Cukup Bersih	18	18%
4	Tidak Bersih	1	1%
5	Sangat Tidak Bersih	0	0
Jumlah		100	100,0

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan dengan data pada Tabel 3.15 ditunjukkan bahwa 18% responden menjawab ICOS Cafe memiliki tingkat kebersihan yang cukup, hal tersebut disebabkan karena beberapa responden menyatakan bahwa tingkat kebersihan ruangan ICOS Cafe biasa saja dan tidak terlalu kotor dan tidak terlalu bersih maka ICOS Café tergolong memiliki suasana toko yang biasa-biasa saja bila diukur dengan tingkat kebersihan dalam ruangan. Terdapat 1% responden yang menyatakan bahwa ruangan ICOS Café tidak bersih, mereka menganggap bahwa ruangan kotor dan sampah berserakan, sehingga responden yang menjawab dengan jawaban tersebut menganggap bahwa suasana yang dimiliki oleh ICOS Cafe buruk. Namun, terdapat 81% responden (58% bersih, 23% sangat bersih) mengatakan bahwa ruangan ICOS Cafe bersih sehingga nyaman dilihat dan ingin berlama-lama di kafe maka responden yang menjawab pertanyaan dengan jawaban demikian menganggap bahwa suasana dari ICOS Cafe baik.

3.4.2 Persepsi mengenai Fasilitas Parkir dan Fasilitas Lainnya pada ICOS Café

Fasilitas parkir dan fasilitas lainnya pada ICOS Cafe dapat mengukur apakah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila fasilitas parkir dan fasilitas lainnya pada kafe memadai, maka kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Fasilitas yang memadai adalah fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan pelanggan dan membuat pelanggan betah berlama-lama di kafe. Fasilitas parkir yang disediakan ICOS Café ada didepan dan disebalah gedung ICOS Café. Fasilitas lainnya yang disediakan WIFI dan *free charging handphone*. Namun

bila fasilitas parkir dan fasilitas lainnya pada kafe tidak memadai maka kualitas pelayanan ICOS Café dapat dikatakan buruk. Fasilitas yang tidak memadai adalah fasilitas yang tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Bagaimana penilaian responden mengenai fasilitas parkir dan fasilitas lainnya pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.16:

Tabel 3. 16
Persepsi Fasilitas Parkir dan Fasilitas Lainnya pada ICOS Cafe

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Memadai	17	17%
2	Memadai	58	58%
3	Cukup Memadai	22	22%
4	Tidak Memadai	3	3%
5	Sangat Tidak Memadai	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.16 diatas ditunjukkan bahwa 22% responden menjawab fasilitas yang diberikan ICOS Cafeterbilang cukup, hal tersebut disebabkan karena beberapa responden menyatakan bahwa fasilitas yang diberikan ICOS Café hampir sama seperti fasilitas yang disediakan kafe lain maka ICOS Cafe tergolong memiliki kualitas pelayanan yang biasa-biasa saja bila diukur dengan fasilitas parkir dan fasilitas lainnya. Lalu terdapat 3% responden yang menyatakan bahwa ICOS Cafe tidak memiliki fasilitas parkir dan fasilitas lainnya yang memadai, mereka menganggap bahwa lahan parkir sempit, jika dalam keadaan ramai, mobil-mobil sering tidak dapat parkir, parkir motor terasingkan dan sempit sehingga responden yang menjawab dengan jawaban tersebut menganggap bahwa kualitas yang dimiliki

oleh ICOS Café buruk. Namun, terdapat 75% responden (58% memadai, 17% sangat memadai) mengatakan bahwa fasilitas parkir dan fasilitas lainnya pada ICOS Café memadai maka responden yang menjawab pertanyaan dengan jawaban demikian menganggap bahwa kualitas pelayanan ICOS Cafe baik.

3.4.3 Persepsi mengenai Penampilan Karyawan

Penampilan karyawan pada ICOS Cafe dapat mengukur apakah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila karyawan rapi, maka suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik. Penampilan karyawan yang rapi adalah seragam yang sesuai dengan aturan. Namun bila penampilan karyawan ICOS Cafe tidak rapi maka kualitas pelayanan ICOS Café dapat dikatakan buruk. Penampilan karyawan yang tidak rapi adalah seragam yang berantakan, rambut tidak di atur. Bagaimana penilaian responden mengenai penampilan karyawan pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.17:

Tabel 3. 17
Persepsi Penampilan Karyawan

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Rapi	10	10%
2	Rapi	56	56%
3	Cukup Rapi	31	31%
4	Tidak Rapi	3	3%
5	Sangat Tidak Rapi	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.17 diatas sebanyak 56% dari responden menjawab penampilan karyawan di ICOS Cafe rapi, 31% responden menjawab cukup rapi,

bahkan 10% responden menjawab sangat rapi. Hanya terdapat 3% responden yang menjawab kurang rapi. Dari mayoritas responden menganggap karyawan ICOS Café sudah berpakaian rapi, hanya kadang masih satu atau dua orang karyawan yang terlihat kurang rapi. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di ICOS Café tergolong baik karena mayoritas responden beranggapan bahwa penampilan karyawan rapi.

3.4.4 Persepsi mengenai Ketepatan Karyawan dalam Melayani Pesanan Pelanggan ICOS Café

Ketepatan karyawan dalam melayani pesanan pelanggan pada ICOS Cafe dapat mengukur apakah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila karyawan dalam melayani pesanan pelanggan tepat, maka suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe baik, namun bila karyawan dalam melayani pesanan pelanggan tidak tepat maka kualitas pelayanan ICOS Café dapat dikatakan buruk. Bagaimana penilaian responden mengenai ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.18:

Tabel 3. 18
Persepsi Ketepatan Karyawan dalam Melayani Pesanan Pelanggan

No	Jawaban	Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Tepat	7	7%
2	Tepat	52	52%
3	Cukup Tepat	40	40%
4	Tidak Tepat	1	1%
5	Sangat Tidak Tepat	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 52% dari jumlah responden menjawab karyawan ICOS Cafe mampu dalam melayani pelanggandengan tepat, 40% responden menjawab cukup tepat dan bahkan 7% konsumen menjawab karyawan ICOS Café sangat mampu. Hanya terdapat 1% responden yang menjawabkaryawan ICOS Café melayani tidak tepat dan masi terjadi kesalahan pesanan. Dari data diatas dapat dilihat bahwa kemampuan karyawan tergolong sudah baik dalam melayani pelanggan dengan tepat sehingga dapat mencerminkan kualitas pelayanan yang baik.

3.4.5 Persepi mengenai Kecepatan Karyawan dalam Melayani Pelanggan ICOS Café

Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan ICOS Cafe dapat mengukur apakah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong tinggi atau rendah. Apabila karyawan dalam melayani pesanan dilakukan dengan cepat maka kualitas pelayanan ICOS Café baik, namun karyawan sering lama dalam melayani maka kualitas pelayanan ICOS Cafe buruk. Bagaimana penilaian responden mengenai kecepatan karyawan dalam melayani pesanan pelanggan pada ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukan pada Tabel 3.19:

Tabel 3. 19
Persepsi Kecepatan Karyawan dalam Melayani Pesanan Pelanggan

No	Jawaban	Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Cepat	6	6%
2	Cepat	63	63%
3	Cukup Cepat	27	27%
4	Tidak Cepat	4	4%
5	Sangat Tidak Cepat	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.19 diatas ditunjukan bahwa 27% responden menjawab kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan ICOS Café terbilang cukup, hal tersebut disebabkan karena beberapa responden menyatakan bahwa jarak antara pesan dan pesanan datang tidak terlalu dan juga tidak terlalu cepat maka ICOS Cafe tergolong memiliki kualitas pelayanan yang biasa-biasa saja bila diukur dengan kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan. Lalu terdapat 4% responden yang menyatakan bahwa kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan lambat, mereka menganggap bahwa pelanggan menunggu pesanan lam sehingga responden yang menjawab dengan jawaban tersebut menganggap bahwa kualitas yang dimiliki oleh ICOS Café buruk. Namun, terdapat 69% responden (63% caepat, 5% sangat cepat) mengatakan bahwa kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan cepat maka responden yang menjawab pertanyaan dengan jawaban demikian menganggap bahwa kualitas pelayanan ICOS Cafe baik.

3.4.6 Persepsi Pengetahuan Karyawan mengenai Produk ICOS Café

Pengetahuan karyawan mengenai produk yang dijual oleh kafe dapat mengukur apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh ICOS Café tergolong baik atau buruk. Apabila karyawan dapat memberikan informasi mengenai produk dengan jelas dan maka kualitas pelayanan ICOS Café baik, namun apabila pengetahuan karyawan mengenai produk masi kurang jelas dan tidak akurat kualitas pelayanan ICOS Cafe buruk. Bagaimana penilaian responden mengenai pengetahuan karyawan mengenai produk ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada tabel erdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.20:

Tabel 3. 20
Pengetahuan Karyawan mengenai Produk ICOS Café

No	Persepsi	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Memadai	5	5%
2	Memadai	50	50%
3	Cukup Memadai	37	37%
4	Tidak Memadai	8	8%
5	Sangat Tidak Memadai	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan dengan data pada Tabel 3.20 menunjukkan persepsi konsumen terhadap pengetahuan karyawan mengenai produk ICOS Cafe, sebanyak 50% responden menganggap pengetahuan karyawan mengenai produk ICOS Café memadai, 37% mengatakan cukup memadai, dan bahkan 5% responden berpendapat sangat memadai, hanya terdapat 8% responden menyatakan pengetahuan karyawan mengenai produk ICOS Café tidak memadai. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa

mayoritas responden menjawab pengetahuan karyawan mengenai produk memadai sehingga kualitas pelayanan dari ICOS Café tergolong baik.

3.4.7 Persepsi mengenai Kesopanan Karyawan dalam Melayani Pelanggan ICOS Café

Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan dapat mengukur baik atau buruknya kualitas pelayanan yang ada pada ICOS Cafe. Pada saat melayani konsumen sikap dari karyawan harus sangat diperhatikan terutama kesopanan yang dapat dinilai langsung oleh konsumen. Sopan atau tidaknya karyawan dapat mempengaruhi penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan ICOS Cafe. Jika karyawan ICOS Café bersikap sopan terhadap pelanggan maka kualitas pelayanan yang ada di ICOS Cafe tergolong baik, namun sebaliknya jika sikap karyawan tidak sopan maka mencerminkan kualitas pelayanan yang ada tergolong buruk. Bagaimana penilaian responden mengenai kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.21:

Tabel 3. 21
Kesopanan Karyawan dalam Melayani Pelanggan ICOS Café

No	Persepsi	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Sopan	7	7%
2	Sopan	44	44%
3	Cukup Sopan	43	43%
4	Tidak Sopan	6	6%
5	Sangat Tidak Sopan	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.21 dapat diketahui bahwa sebanyak 44% responden berpendapat bahwa sikap karyawan dalam melayani konsumen sopan, 43% menjawab cukup sopan dan 7% menjawab sangat sopan dalam melayani pelanggan. Hanya terdapat 6% yang menjawab tidak sopan. Masih terdapat karyawan yang bersikap acuh pada saat beberapa responden bertanya tentang produk yang habis. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden beranggapan karyawan ICOS Cafe bersikap sopan yang menandakan kualitas pelayanan yang ada di ICOS Cafe tergolong baik.

3.4.8 Persepsi mengenai Ketelitian Karyawan dalam Penghitungan Pembayaran di ICOS Café

Ketelitian karyawan dalam penghitungan pembayaran dapat mengukur apakah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh ICOS Café tergolong tinggi atau rendah. Apabila karyawan ICOS Café teliti karena penghitungan pembayaran sesuai dengan apa yang di pesan maka kualitas pelayanan ICOS Café baik. Di ICOS Café alat penghitung pembayaran masih manual jadi karyawan harus benar-benar teliti. Namun apabila karyawan dalam menghitung pembayaran tidak teliti maka kualitas pelayanan ICOS Cafe buruk. Bagaimana penilaian responden mengenai

ketelitiankaryawan dalam melayani pelanggan ICOS Cafe, berdasarkan hasil penelitian ditujukan pada Tabel 3.22 sebagai berikut:

Tabel 3. 22
Ketelitian Karyawan dalam Penghitungan Pembayaran

No	Jawaban	Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Teliti	7	7%
2	Teliti	46	46%
3	Cukup Teliti	38	38%
4	Tidak Teliti	9	9%
5	Sangat Tidak Teliti	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.22 dapat diketahui bahwa 46% dari jumlah responden menjawab karyawan ICOS Cafedalam penghitungan pembayaran dengan teliti, 38% responden menjawab cukup teliti dan bahkan 7% konsumen menjawab karyawan ICOS Café sangat teliti. Namun terdapat 9% responden yang menjawabkaryawan ICOS Café melayani tidak teliti dan masi terjadi salah perhitungan. Dari data diatas dapat dilihat bahwa ketelitian karyawan cukup baik, sehingga kualitas pelayanan dapat tergolong cukup baik dan masih harus ada pembenahan.

3.4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan ICOS Cafe

Rekapitulasi untuk mengetahui indikator yang diatas rata-rata menggambarkan kualitas pelayanan yang baik dan indikator yang dibawah rata-rata menggambarkan kualitas pelayanan yang buruk. Setelah data yang dihimpun pada saat penyebaran kuesioner diolah, maka berikut ini merupakan rekapitulasi jawaban responden terkait

dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh ICOS Cafe. Rekapitulasi ini difungsikan untuk mengetahui gambaran indikator-indikator mana yang sekiranya dapat memberikan penilaian kualitas pelayanan yang baik atau buruk. Bila jumlah frekuensinya dibawah rata-rata maka indikator variabel tersebut membutuhkan perhatian khusus agar dapat memperbaiki persepsi pelanggan terhadap variabel kualitas pelayanan, namun apabila jumlah frekuensinya diatas rata-rata maka indikator variabel tersebut juga membutuhkan perhatian khusus namun tidak sepenuh indikator variabel yang dibawah rata-rata. Maka berikut ini merupakan hasil nilai rerata yang telah dirangkum oleh peneliti:

Tabel 3. 23

Nilai Rerata Indikator Variabel Kualitas Pelayanan ICOS Cafe

INDIKATOR		NILAI					TO TAL	RE RA TA
		1	2	3	4	5		
X2.1	Tingkat kebersihan ruangan	0	2	54	232	115	403	4,03
X2.2	Fasilitas parkir dan fasilitas lainnya	0	6	66	232	85	389	3,89
X2.3	Penampilan Karyawan	0	6	93	224	50	373	3,73
X2.4	Ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	0	2	120	208	35	365	3,65
X2.5	Kecepatan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan	0	8	81	252	30	371	3,71
X2.6	Pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan	0	16	111	200	25	352	3,52
X2.7	Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	0	12	129	176	35	352	3,52
X2.8	Ketelitian karyawan dalam penghitungan pembayaran	0	18	114	184	35	351	3,51
Rerata Total								3,69

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.23 diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata skor variabel suasana toko adalah 3,6. Item indikator yang berada lebih dari rata-rata dan mencerminkan kualitas pelayanan yang ada di ICOS Cafe cenderung baik adalah 5 (lima) indikator yaitu tingkat kebersihan ruangam, fasilitas parkir dan fasilitas lainnya, penampilan karyawan, ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan dan kecepatan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan. Sedangkan item indikator yang berada dibawah rata-rata dan mencerminkan suasana toko yang ada di ICOS Café buruk sehingga membutuhkan perbaikan adalah indikator pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan, kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan, dan ketelitian karyawan dalam menghitung pembayaran.

3.4.10 Kategorsisasi Kualitas Pelayanan ICOS Cafe

Kategorisasi yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan adalah sangat baik, baik, cukup baik, buruk, dan sangat buruk. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan maka digunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengkategorisasikan tingkatan jawaban responden terhadap harga berdasarkan data yang diperoleh. Dari 5 alternatif penilaian jawaban dikategorikan menjadi 5 kategori jawaban berdasarkan Skala Likert dengan menggunakan skala interval 1-5. Untuk jawaban mendukung diberi skor tertinggi dan jawaban tidak mendukung diberi skor terendah.

Dari hasil 5 kategorisasi nilai jawaban ini dibuat Lebar interval (I) dengan menggunakan rumus pengukuran interval yaitu:

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana :

I = Interval Kelas

R = Rentang, yaitu skor tertinggi – skor terendah

K = Jumlah Kelas

Secara keseluruhan variable suasana toko terdiri dari 8 pertanyaan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K} = \frac{(8 \times 5) - (8 \times 1)}{5}$$

$$I = \frac{R}{K} = \frac{40 - 8}{5} = 6,4$$

Setelah diketahui interval kelas dari variable kualitas pelayanan, maka distribusi nilai kategorisasi kualitas pelayanan dapat disusun sebagai berikut:

1. Kategori sangat baik dengan skor : >33,6 - 40
2. Kategori baik skor : >27,2 – 33,6
3. Kategori cukup baik dengan skor : > 20,8 – 27,2
4. Kategori buruk dengan skor : >14,4– 20,8
5. Kategori sangat buruk dengan skor : 8 – 14,4

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang baik adalah jika ruangan dalam keadaan bersih, jumlah fasilitas tersedia dengan lengkap, penampilan karyawan yang rapi, mampu melayani pesanan pelanggan dengan tepat dan benar, melayani kebutuhan pelanggan dengan cepat, hafal dengan produk yang dijual, melayani dengan

sopan, dalam penghitungan pembayaran teliti. Namun jika jika ruangan dalam keadaan kotor, jumlah fasilitas tidak mampu menunjang pelayanan, penampilan karyawan tidak rapi, tidak mampu melayani pesanan pelanggan dengan tepat dan benar, melayani kebutuhan pelanggan lambat, tidak hafal dengan produk yang dijual, tidak melayani dengan sopan, dalam penghitungan pembayaran tidak teliti maka kualitas pelayanan di ICOS Cafe buruk. Maka berdasarkan kategori variabel kualitas pelayanan diatas, berikut ini disajikan rangkuman jawaban responden tentang kualitas pelayanan yang ada di ICOS Cafe:

Tabel 3. 24
Penilaian Kualitas Pelayanan ICOS Cafe

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	19	19
Baik	51	51
Cukup Baik	29	29
Buruk	1	1
Sangat Buruk	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.24 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai variabel kualitas pelayanan baik karena karena sebesar 51% responden menyatakan jika kualitas pelayanan yang diberikan ICOS Cafe baik, dan bahkan terdapat 19% responden berada pada kategori sangat baik. Hal ini terjadi karena ruangan kafe dalam keadaan bersih, karyawan mampu melayani konsumen dengan cepat, fasilitas yang disediakan memadai seperti ruang parkir luas, wifi cepat, tempat untuk ngec~~h~~arge *handphone*, karyawan melayani pesanan pelanggan dengan tepat, dalam penghitungan

pembayaran teliti, serta penampilan karyawan di ICOS Cafe rapi. Ada 29% responden berada pada kategori cukup baik. Namun ada 1% yang menyatakan buruk terutama dalam hal ketelitian karyawan dalam penghitungan pembayaran kurang teliti, pelayanan masih lambat, pengetahuan karyawan tentang produk ICOS Café kurang hafal, karyawan kurang sopan dalam melayani konsumen, karyawan kadang masih keliru dalam melayani pesanan, jumlah fasilitas yang ada kurang dapat menunjang pelayanan misalnya tidak ada *games* seperti kartu, uno, dll, tempat parkir untuk mobil kurang luas.

3.5 Loyalitas Pelanggan ICOS Cafe

Memiliki loyalitas pelanggan yang tinggi merupakan harapan bagi setiap kafe, dimana dengan adanya pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi maka penjualan pada kafe tersebut dapat terus meningkat dengan terus dilakukannya pembelian pada produk makanan dan minuman tersebut, selain itu juga kafe akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya. Pelanggan yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi biasanya akan merekomendasikan kafe yang disenangi kepada orang lain dengan cara apapun, selain itu juga mereka akan selalu melakukan pembelian ulang terhadap kafe yang ia kunjungi karena mereka merasa kafe tersebut enak dan berkualitas, lalu pelanggan juga akan menjadikan kafe tersebut menjadi pilihan utama dan yang terakhir adalah konsumen tidak akan beralih untuk mengunjungi kafe lain. Namun bila pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang cukup rendah, maka pelanggan tidak akan merekomendasikan ICOS Cafe kepada orang lain,

lalu pelanggan tidak akan membuat ICOS Cafe sebagai pilihan utama untuk menyantap hidangan atau sekedar nongkrong, lalu pelanggan memiliki keinginan untuk beralih mengunjungi kafe yang lain dan pelanggan tidak akan berkunjung lagi ke ICOS Cafe. Untuk mengetahui bagaimana persepsi responden mengenai tingkat loyalitas yang dimilikinya, maka berikut ini merupakan jawaban-jawaban responden mengenai ke 4 (empat) indikator yang disusun melalui 4 (empat) pertanyaan sebagai berikut:

3.5.1 Keinginan Pelanggan Mengunjungi dan Membeli Produk ICOS Café secara Berulang

Kesediaan pelanggan untuk mengunjungi dan melakukan pembelian ulang terhadap produk makanan dan minuman ICOS Cafe dapat mengukur tinggi atau rendahnya loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan. Apabila pelanggan ingin mengunjungi dan melakukan pembelian ulang terhadap produk ICOS Café dikemudian hari maka pelanggan tersebut memiliki loyalitas yang tinggi, namun apabila pelanggan tidak ingin mengunjungi dan melakukan pembelian produk ICOS Cafe dimasa yang akan datang, maka pelanggan tersebut memiliki tingkat loyalitas yang rendah. Untuk mengetahui bagaimana tingkat loyalitas pelanggan ICOS Cafe bila diukur dengan kesediaan pelanggan untuk membeli ulang shampo Pantene, maka berikut merupakan hasil penelitiannya pada Tabel 3.25:

Tabel 3. 25
Keinginan Pelanggan Untuk Mengunjungi dan Membeli Produk ICOS
Café secara Berulang

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Selalu Mengunjungi Ulang	7	7%
2	Kadang Mengunjungi Ulang	36	36%
3	Ragu Mengunjungi Ulang	46	46%
4	Kemungkinan Tidak Mengunjungi	11	11%
5	Tidak Mengunjungi Ulang	0	0
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.25 diatas diperlihatkan bahwa sebanyak 11% responden menyatakan kemungkinan tidak ingin mengunjungi dan membeli ulang produk ICOS Cafe, hal tersebut mungkin dapat dikarenakan rasa kekecewaan dari konsumen terkait dengan suasana yang dihadirkan atau kualitas pelayanan yang diberikan oleh ICOS Cafe dengan demikian maka sebanyak 11% responden memiliki tingkat loyalitas yang rendah bila diukur dengan keinginannya untuk mengunjungi dan membeli ulang produk di ICOS Cafe. Namun sebanyak 42% responden (36% ingin, 7% sangat ingin) menyatakan selalu ingin mengunjungi dan membeli ulang produk di ICOS Cafe dengan demikian 42% responden ICOS Cafe memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap ICOS Cafe.

3.5.2 Frekuensi dalam Mengunjungi ICOS Café

Frekuensi dalam mengunjungi ICOS Café dapat menilai apakah pelanggan ICOS Cafe memiliki tingkat loyalitas yang tinggi atau rendah. Apabila pelanggan dalam tiga bulan terakhir mengunjungi ICOS Café lebih dari enam kali selama tiga bulan terakhir maka pelanggan ICOS Cafe memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang

tinggi, namun apabila konsumen mengunjungi ICOS Café kurang dari tiga kali selama tiga bulan terakhir maka responden dikatakan memiliki loyalitas yang rendah pada ICOS Café. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas yang dimiliki oleh responden bila diukur dengan frekuensi dalam mengunjungi ICOS Café selama tiga bulan maka berikut merupakan hasil penelitiannya pada Tabel 3.26:

Tabel 3. 26

Frekuensi dalam Mengunjungi ICOS Café selama Tiga Bulan Terakhir

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Selalu Mengunjungi	4	4%
2	Sering Mengunjungi	36	36%
3	Kadang Mengunjungi	39	39%
4	Jarang Mengunjungi	21	21%
5	Jarang Sekali Mengunjungi	0	0%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel pada 3.26 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 36% responden sering mengunjungi ICOS Café dan 4% responden selalu mengunjungi ICOS Café. Hal ini berarti para responden mengunjungi kafe dalam tiga bulan terakhir lebih dari enam kali dengan demikian 40% responden ICOS Cafe memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap ICOS Cafe. Terdapat 39% responden kadang mengunjungi ICOS Café. Hal ini berarti responden mengunjungi kafe dalam rentang tiga hingga enam kali selama tiga bulan terakhir dengan demikian 39% responden ICOS Cafe memiliki tingkat loyalitas yang cukup terhadap ICOS Cafe. Namun sebanyak 21% responden jarang mengunjungi ICOS Café. Hal ini berarti responden mengunjungi ICOS Café dalam tiga bulan terakhir kurang dari tiga kali dengan

demikian 21% responden ICOS Cafe memiliki tingkat loyalitas yang rendah terhadap ICOS Cafe.

3.5.3 Keinginan Pelanggan ICOS Café untuk Tidak Beralih ke Kafe Lain

Keinginan pelanggan untuk beralih berkunjung ke kafe lain dapat menilai apakah pelanggan tersebut memiliki tingkat loyalitas yang tinggi atau rendah. Apabila pelanggan tidak ingin beralih mengunjungi ICOS Cafe maka tingkat loyalitasnya tinggi, namun apabila pelanggan memiliki keinginan untuk beralih mengunjungi kafe lain maka tingkat loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan rendah. Untuk mengetahui tingkat loyalitas yang dimiliki oleh responden apakah tergolong rendah atau tinggi bila diukur dengan keinginan tidak beralih ke kafe lain, maka berikut ini merupakan hasil penelitiannya pada Tabel 3.27:

Tabel 3. 27

Keinginan Pelanggan ICOS Café untuk Tidak Beralih ke Kafe Lain

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Tidak Ingin Beralih	2	2%
2	Tidak Ingin Beralih	34	34%
3	Cukup Ingin Beralih	31	31%
4	Ingin Beralih	32	32%
5	Sangat Ingin Beralih	1	1%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.27 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 33% responden (32% mencari info kafe lain, 1% beralih ke kafe lain) memilih untuk beralih mengunjungi kafe lain, sehingga responden yang menjawab pertanyaan ini dengan jawaban tersebut diatas memiliki tingkat loyalitas yang rendah terhadap ICOS Cafe

bila diukur dengan keinginannya untuk tidak beralih ke kafe lain. Selanjutnya terdapat 36% responden (34% tidak ingin beralih ke kafe lain, 2% akan selalu mengunjungi ICOS Cafe) menyatakan bahwa mereka memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap ICOS Cafe dimana mereka tetap mengunjungi dan melakukan pembelian terhadap produk makanan dan minuman pada ICOS Cafe dan tidak beralih mengunjungi kafe lainnya.

3.5.4 Keinginan Pelanggan ICOS Cafe untuk Merekomendasikan kepada Pihak Lain

Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan ICOS Cafe kepada pihak lain dapat digunakan untuk menilai apakah pelanggan memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi atau rendah. Apabila pelanggan memiliki inisiatif untuk merekomendasikan ICOS Cafe kepada orang lain, maka tingkat loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan tersebut tinggi, namun bila pelanggan tidak ingin merekomendasikan ICOS Cafe kepada orang lain, maka tingkat loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan ICOS Cafe tersebut rendah. Untuk mengetahui bagaimana tingkat loyalitas pelanggan ICOS Cafe, maka berikut ini merupakan data apakah responden akan merekomendasikan ICOS Cafe kepada pihak lain atau tidak .

Tabel 3. 28**Keinginan Pelanggan ICOS Cafe untuk Merekomendasikan kepada Pihak Lain**

No	Jawaban	Total Frekuensi	Total Persentase (%)
1	Sangat Ingin	2	2%
2	Ingin	18	18%
3	Cukup Ingin	32	32%
4	Tidak Ingin	42	42%
5	Sangat Tidak Ingin	6	6%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.17 diatas menunjukan ada sebanyak 48% responden (42% tidak ingin dan 6% sangat tidak ingin merekomendasikan) menyatakan bahwa mereka mungkin tidak akan merekomendasikan ICOS Cafe pada sahabat, keluarga, teman atau siapapun karena mungkin mereka menganggap bahwa suasana toko yang dimiliki oleh ICOS Cafe tidak sebaik suasana yang diharapkannya sehingga hal tersebut terjadi karena orang-orang terdekat mereka tidak ingin dikecewakan dengan kafe yang direkomendasikan, sehingga responden yang menjawab ini dapat dikatakan memiliki tingkat loyalitas yang rendah terhadap ICOS Cafe. Selanjutnya 32% responden yang masih ragu untuk melakukan tindakan rekomendasi kepada orang lain, hal tersebut juga dapat diindikasikan bahwa responden yang menjawab dengan jawaban ini merasa takut untuk merekomendasikan jika suasana toko ICOS Café ini tidak disukai oleh pihak lain, sehingga tingkat loyalitasnya dapat dikatakan rendah. Hal tersebut jika terus berlangsung maka akan lebih banyak orang yang beralih berkunjung ke kafe lain dan akan lebih sedikit pelanggan yang mengunjungi ICOS Cafe. Namun walaupun begitu masih terdapat sekitar 20% responden (18 ingin,

2% sangat ingin) menyatakan bahwa mereka akan merekomendasikan ICOS Cafe kepada pihak lain, sehingga responden yang menjawab dengan jawaban seperti ini memiliki tingkat loyalitas yang tinggi pada ICOS Cafe.

3.5.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan

Rekapitulasi untuk mengetahui indikator yang diatas rata-rata menggambarkan loyalitas pelanggan yang tinggi dan indikator yang dibawah rata-rata menggambarkan loyalitas pelanggan yang rendah. Setelah data yang dihimpun pada saat penyebaran kuesioner diolah, maka berikut ini merupakan rekapitulasi jawaban responden terkait dengan Loyaltas Pelanggan pada ICOS Cafe. Rekapitulasi ini difungsikan untuk mengetahui gambaran indikator-indikator mana yang sekiranya dapat memberikan penilaian loyalitas pelanggan yang tinggi atau rendah. Bila jumlah frekuensinya dibawah rata-rata maka indikator variabel tersebut membutuhkan perhatian khusus agar dapat memperbaiki variabel loyalitas pelanggannya, namun apabila jumlah frekuensinya diatas rata-rata maka indikator variabel tersebut juga membutuhkan perhatian khusus namun tidak sepenuh indikator variabel yang dibawah rata-rata. Maka berikut ini merupakan hasil nilai rerata yang telah dirangkum oleh peneliti:

Tabel 3. 29
Nilai Rerata Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan ICOS Cafe

INDIKATOR		NILAI					TO TAL	RE RA TA
		1	2	3	4	5		
Y1.1	Keinginan pelanggan mengunjungi dan membeli produk secara berulang	0	22	138	144	35	339	3,39
Y1.2	Frekuensi mengunjungi kafe	0	42	117	144	20	323	3,23
Y1.3	Keinginan pelanggan untuk tidak beralih ke kafe lain yang sejenis	1	64	93	136	10	304	3,04
Y1.4	Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan pada pihak lain	6	84	96	72	10	268	2,68
Rerata Total								3,09

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.18 diatas, dapat diketahui bahwa nilai rerata dari variabel loyalitas pelanggan ICOS Cafe adalah sebesar 3,09 yang artinya tingkat loyalitas pelanggan ICOS Cafe tergolong cukup loyal. Berikut merupakan item pertanyaan dengan nilai rerata dbawah nilai rerata total:

- Y1.4 mengenai persepsi responden untuk merekomendasikan pada pihak lain

Indikator variabel tersebut membutuhkan perhatian khusus dari kafe untuk diperbaiki bila loyalitas pelanggan ingin naik dan pelanggan akan terus mengunjungi ICOS Cafe. Indikator variabel yang memiliki nilai frekuensi terkecil adalah merekomendasikan ICOS Café pada pihak lain, yang berarti perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dan suasana toko yang menarik agar pelanggan puas dan ingin merekomendasikan pada yang lain.

3.5.6 Kategorisasi Loyalitas Pelanggan ICOS Cafe

Kategorisasi yang digunakan dalam variabel loyalitas pelanggan adalah sangat kuat, kuat, cukup kuat, lemah, dan sangat lemah. Untuk memberikan penilaian terhadap variabel loyalitas pelanggan maka digunakan tingkat pengukuran interval agar dapat mengkategorisasikan tingkatan jawaban responden terhadap harga berdasarkan data yang diperoleh. Dari 5 alternatif penilaian jawaban dikategorikan menjadi 5 kategori jawaban berdasarkan Skala Likert dengan menggunakan skala interval 1-5. Untuk jawaban mendukung diberi skor tertinggi dan jawaban tidak mendukung diberi skor terendah.

Dari hasil 5 kategorisasi nilai jawaban ini dibuat Lebar interval (I) dengan menggunakan rumus pengukuran interval yaitu:

$$I = \frac{R}{K}$$

Dimana :

I= Interval Kelas

R= Rentang, yaitu skor tertinggi – skor terendah

K= Jumlah Kelas

Secara keseluruhan variabel keputusan pembelian terdiri dari 4 pertanyaan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K} = \frac{(4 \times 5) - (4 \times 1)}{5}$$

$$I = \frac{R}{K} = \frac{20 - 4}{5} = 3,2$$

Setelah diketahui interval kelas dari variabel loyalitas pelanggan, maka tabel distribusi nilai kategorisasi keputusan pembelian dapat disusun pada tabel sebagai berikut:

1. Kategori sangat tinggi dengan skor : $> 17.8 - 20$
2. Kategori tinggi skor : $> 14.6 - 17.8$
3. Kategori cukup tinggi dengan skor : $> 11.4 - 14.6$
4. Kategori rendah dengan skor : $> 8.2 - 11.4$
5. Kategori sangat rendah dengan skor : $4 - 8.2$

Responden dapat dikatakan loyal atau memiliki loyalitas yang tinggi bila responden memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk ICOS Cafe, lalu responden akan selalu memilih ICOS Cafe sebagai pilihan utama untuk menyantap hidangan, nongkrong dan rzapat, selanjutnya responden tidak akan beralih mengunjungi kafe lain dan memiliki keinginan untuk merekomendasikan ICOS Cafe kepada orang disekitarnya. Namun, jika responden bersikap sebaliknya yaitu enggan untuk melakukan pembelian di kemudian hari, lalu tidak memilih ICOS Cafe sebagai pilihan utama dan beralih mengunjungi kafe lain dan tidak merekomendasikan ICOS Cafe keada orang disekitarnya, maka responden dikatakan memiliki loyalitas yang rendah terhadap produk ICOS Cafe. Maka berdasarkan

kategori variabel loyalitas pelanggan diatas, berikut ini disajikan rangkuman jawaban responden tentang loyalitas pelanggan responden terhadap ICOS Cafe :

Tabel 3. 30
Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	6	6
Tinggi	35	35
Cukup Tinggi	29	29
Rendah	26	26
Sangat Rendah	4	4
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.30 dapat disimpulkan bahwa sebagian responden menilai variabel loyalitas pelanggan baik karena sebesar 35% responden berada pada kategori tinggi dan 6% responden berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini terjadi karena responden selalu ingin mengunjungi ICOS Café dan melakukan pembelian ulang produk ICOS Café, sering mengunjungi ICPS Café dalam tiga bulan terakhir lebih dari enam kali, ingin merekomendasikan ICOS Café kepada orang disekitarnya, dan tidak beralih ke kafe lain. Namun terdapat 29% berada pada kategori cukup tinggi dan 26% berada pada kategori rendah yang menandakan responden menyatakan tingkat loyalitasnya pada ICOS Cafe rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu responden tidak lagi memiliki keinginan untuk membeli ulang produk ICOS Cafe, karena responden telah merasakan kekecewaan ketika mengunjungi ICOS Cafe seperti desain interior kurang menarik untuk diabadikan. Selanjutnya frekuensi responden dalam mengunjungi ICOS Café jarang, sehingga hal tersebut memunculkan anggapan bahwa responden memiliki kemungkinan untuk mencari kafe lain. Dan yang terakhir

responden menyatakan bahwa mereka tidak akan merekomendasikan ICOS Cafe kepada orang lain, hal ini dikarenakan rasa kecewa yang mereka rasakan ketika mengunjungi ICOS Cafe tidak akan mereka bagi kesiapapun sehingga mereka tidak berani untuk merekomendasikannya untuk orang lain. Melihat hal hal yang terjadi tersebut penurunan loyalitas pelanggan ICOS Cafe lebih banyak disebabkan oleh ketidak puasan konsumen dengan apa yang telah mereka rasakan setelah mengunjungi ICOS Cafe sehingga mereka memilih untuk beralih mengunjungi kafe lain yang sejenis dan meninggalkan ICOS Café untuk mencari kafe dengan suasana toko yang lebih baik dan kualitas pelayanan yang lebih baik.

3.6. Pengaruh Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis yang pertama dilakukan dengan pengujian statistik uji regresi linier sederhana, pengujian ini difungsikan untuk mengetahui pengaruh antara variabel suasana toko (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y_1). Berikut ini merupakan hasil uji yang telah dilakukan:

3.6.1 Koefisien Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan atau keeratan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila mempunyai hubungan yang erat maka variabel X punya pengaruh terhadap variabel Y . Apabila kedua variabel mempunyai hubungan yang erat maka ada kemungkinan memiliki pengaruh. Namun jika hubungannya tidak erat maka kemungkinan tidak ada pengaruh. Jika nilai korelasinya (R) $0,00 - 0,199$ maka hubungannya sangat rendah, jika $0,20 - 0,399$

maka hubungannya rendah, jika 0,40 – 0,599 maka hubungannya sedang, jika 0,60 – 0,799 maka hubungannya kuat, dan jika 0,80 – 1,00 maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sangat kuat. Jika terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih kuat maka dapat dimungkinkan pengaruh dari variabel independen ke variabel dependen kuat. Namun jika hubungan antara dua variabel lemah maka dimungkinkan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah. Sehingga jika hubungan antar variabel kuat selanjutnya dapat dilanjutkan pada pengujian pengaruh. Berikut merupakan hasil perhitungan korelasi pada variabel suasana toko(X_1) dengan variabel loyalitas pelanggan(Y):

Tabel 3. 31
Koefisien Korelasi Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.550	2.027

a. Predictors: (Constant), Suasana Toko

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.31 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel suasana toko (X_1) dan variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,745. Dengan demikian hasil uji tersebut menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara variabel suasana tokodan variabel loyalitas pelanggan adalah kuat, karena terletak pada interval 0,60 – 0,799, berarti bahwa hubungan antara suasana toko dan loyalitas pelanggan adalah dimana jika terjadi kenaikan atau penurunan pada variabel suasana toko maka akan terjadi

perubahan juga pada variabel loyalitas pelanggan. Jadi hubungan antara variabel suasana toko dan variabel loyalitas pelanggan adalah kuat maka dipastikan ada pengaruh dan dapat dilanjutkan ke tahap uji pengaruh.

Untuk mengetahui lebih lanjut hubungan antara variabel suasana toko terhadap loyalitas pelanggan, maka dalam analisis hasil penelitian ini akan disajikan hasil tabulasi silang. Analisis tabulasi silang dipergunakan untuk mengetahui kecenderungan antara variabel suasana toko terhadap variabel loyalitas pelanggan yang disajikan dalam bentuk tabel yang meliputi baris dan kolom yang digunakan untuk mengetahui penyebaran responden berdasarkan variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS melalui menu pilihan analisis *Crosstab*. Maka berikut hasil dari tabulasi silang antara variabel suasana toko terhadap loyalitas pelanggan:

Tabel 3. 32
Tabel Silang Variabel Suasana Toko (X1) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan(Y)

Loyalitas Pelanggan (%)	Suasana Toko(%)					Total (%)
	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Buruk	Sangat Buruk	
Sangat Tinggi	4	2	0	0	0	6
Tinggi	2	26	7	0	0	35
Cukup Tinggi	2	13	13	1	0	29
Rendah	0	4	17	5	0	26
Sangat Rendah	0	0	0	4	0	4
Total (%)	8	45	37	10	0	100

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabulasi silang pada Tabel 3.21 tersebut diperlihatkan bahwa sebanyak 6% responden dengan loyalitas pelanggan yang sangat tinggi di ICOS Cafe, dengan didistribusikan oleh 4% responden beranggapan bahwa suasana toko sangat baik dan 2% suasana toko yang ada baik. Kemudian terdapat 35% responden dengan loyalitas pelanggan yang tinggi dengan didistribusikan oleh 26% responden beranggapan suasana toko yang ada baik, 7% cukup baik dan 3% beranggapan sangat baik. Terdapat 26% responden dengan loyalitas pelanggan yang rendah yang beranggapan bahwa suasana toko yang ada cukup baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya suasana toko yang baik maka akan cenderung mendorong loyalitas pelanggan menjadi tinggi, begitu juga sebaliknya.

3.6.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel suasana toko (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y), yang dinyatakan dalam persentase. Untuk mengetahui dapat dilihat dari adjusted R^2 jika adjusted R^2 mendekati 0 maka variabel suasana toko tidak mampu menerangkan variabel loyalitas pelanggan. Dan jika adjusted R^2 mendekati 1 maka variabel suasana toko dapat menerangkan dengan baik variabel loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi pada tabel 3.20, menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi (r^2) variabel suasana toko terhadap variabel loyalitas pelanggan diperoleh nilai sebesar 0,555. Untuk memperoleh nilai koefisien determinasi (r^2) dalam bentuk persentase, maka digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD &= (r^2) \times 100\% \\
 &= 0,555 \times 100\% \\
 &= 55,5\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh yang diberikan variabel suasana toko (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar 55,5%. Dalam hal ini berarti sebesar 55,5% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh suasana toko, sedangkan sisanya sebesar 44,5% dijelaskan oleh variabel lain, selain variabel suasana toko.

3.6.3 Regresi Linear Sederhana

Karenanya hanya melihat dua variabel maka digunakan regresi linier sederhana. Uji regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh dan arah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga jika skor atau nilai variabel bebas diketahui maka skor atau nilai dari variabel terikatnya dapat diprediksi. Berikut merupakan hasil uji regresi sederhana yang diperoleh dari pengujian melalui uji statistik antara variabel suasana toko (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y):

Tabel 3. 33
Regresi Linear Sederhana Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.107	1.233		-.898	.372
Suasana Toko	.501	.045	.745	11.055	.000

a. Dependent Variable: LP

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada Tabel 3.22 di atas, diketahui nilai sig. adalah $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya ada pengaruh antara suasana toko(X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y), koefisien regresi untuk variabel suasana toko(X_1) adalah sebesar 0,501 dan nilai konstantanya adalah -1,017. Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = -1,017 + 0,501X_1$$

Dimana: Y = Loyalitas Pelanggan

X_1 = Suasana Toko

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

- Terdapat pengaruh positif dari variabel suasana toko (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sehingga arah hubungan keduanya adalah searah.
- Koefisien beta untuk variabel kualitas produk sebesar 0,745, ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,745 atau 74,5%.

- c. Nilai konstanta sebesar -1,017, menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel suasana toko, nilai loyalitas pelanggan adalah sebesar -1,017. Artinya jika koefisien harga bernilai 0, maka loyalitas pelanggan bernilai negatif yaitu -1,017. Dan jika koefisien suasana toko bernilai 0,501 maka nilai loyalitas pelanggan menjadi -0,516.
- d. Koefisien regresi untuk variabel suasana toko (X_1) sebesar 0,501, ini menyatakan bahwa variabel suasana toko mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,501. Sehingga jika terjadi peningkatan pada variabel suasana toko sebesar 1 satuan, maka penilaian responden terhadap loyalitas pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,501 satuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik suasana toko yang ditawarkan maka loyalitas pelanggan semakin tinggi pada ICOS Café.

3.6.4 Uji t

Uji t merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel suasana toko (X_1) secara individual berpengaruh atau tidak terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, yaitu:

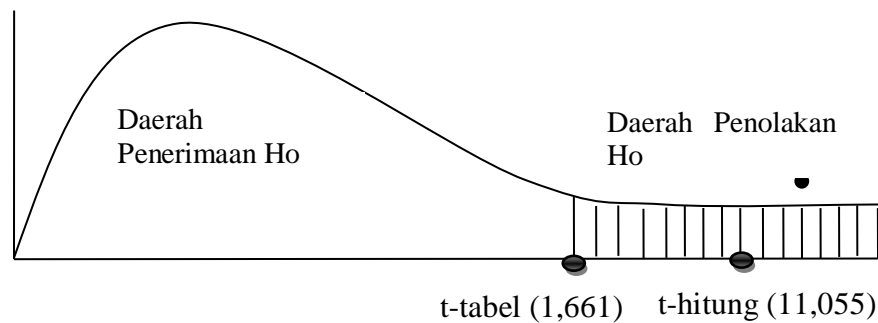
- Ha : Diduga terdapat pengaruh antarasuasana toko terhadap loyalitas pelanggan di ICOS Cafe
- Ho : Tidak terdapat pengaruh antarasuasana toko terhadap loyalitas pelanggan di ICOS Cafe

Dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan t tabel dengan t hitung sebagai berikut:

- 1) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $\text{sig probability} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh antara suasana toko terhadap loyalitas pelanggan.
- 2) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{sig probability} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara suasana toko terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pada Tabel 3.33 diatas bahwa nilai *sig probability* variabel kualitas pelayanan adalah $0,00 < 0,05$ dan $t\text{-hitung } 11,055 > t\text{-tabel}$. Nilai $t\text{-tabel}$ dengan $df=n-k$, atau $df=98$ dan $\alpha = 5\%$ diperoleh 1,661. Dengan demikian maka H_0 ditolak sehingga kesimpulannya adalah ada pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan ICOS Cafe. Bentuk hubungan pengaruh suasana toko terhadap loyalitas pelanggan adalah positif yang ditunjukkan oleh tanda positif pada koefisien regresinya, hubungan yang positif ini menunjukkan bahwa jika persepsi pelanggan tentang suasana toko yang diberikan oleh ICOS Cafe baik, maka berdampak pada loyalitas pelanggan ICOS Cafe yang semakin meningkat.

Gambar 3. 1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t
Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan



3.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis yang kedua dilakukan dengan pengujian statistik uji regresi linier sederhana, pengujian ini difungsikan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y_1). Berikut ini merupakan hasil uji yang telah dilakukan:

3.7.1 Koefisien Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan atau keeratan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai korelasinya (R) 0,00 – 0,199 maka hubungannya sangat rendah, jika 0,20 – 0,399 maka hubungannya rendah, jika 0,40 – 0,599 maka hubungannya sedang, jika 0,60 – 0,799 maka hubungannya kuat, dan jika 0,80 – 1,00 maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sangat kuat. Jika terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih kuat maka dapat dimungkinkan pengaruh dari variabel independen ke variabel dependen besar. Namun jika hubungan antara dua variabel lemah maka dimungkinkan

pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kecil. Sehingga jika hubungan antar variabel kuat selanjutnya dapat dilanjutkan pada pengujian pengaruh. Berikut merupakan hasil perhitungan korelasi pada variabel kualitas pelayanan (X₂) dengan variabel loyalitas pelanggan (Y):

Tabel 3. 34
Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.534	2.064

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.34 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X₂) dan variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,734. Dengan demikian hasil uji tersebut menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas pelanggan adalah kuat, karena terletak pada interval 0,60 – 0,799, berarti hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan adalah dimana jika terjadi kenaikan atau penurunan pada variabel kualitas pelayanan maka akan terjadi perubahan juga pada variabel loyalitas pelanggan. Jadi hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas pelanggan adalah kuat maka dipastikan ada pengaruh dan dapat dilanjutkan ke tahap uji pengaruh.

Untuk mengetahui lebih lanjut hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggannn, maka dalam analisis hasil penelitian ini akan disajikan

hasil tabulasi silang. Analisis tabulasi silang dipergunakan untuk mengetahui kecenderungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variable loyalitas pelanggan yang disajikan dalam bentuk tabel yang meliputi baris dan kolom yang digunakan untuk mengetahui penyebaran responden berdasarkan variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS melalui menu pilihan analisis *Crosstab*. Maka berikut hasil dari tabulasi silang antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan:

Tabel 3. 35
Tabel Silang Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas Pelanggan (%)	Kualitas Pelayanan(%)					Total (%)
	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Buruk	Sangat Buruk	
Sangat Tinggi	5	1	0	0	0	6
Tinggi	11	20	4	0	0	35
Cukup Tinggi	3	22	4	0	0	29
Rendah	0	8	18	0	0	26
Sangat Rendah	0	0	3	1	0	4
Total (%)	19	51	29	1	0	100

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabulasi silang pada Tabel 3.35 tersebut diperlihatkan bahwa sebanyak 6% responden dengan loyalitas pelanggan yang sangat tinggi di ICOS Cafe, dengan didistribusikan oleh 5% responden beranggapan bahwa kualitas pelayanan sangat baik dan 1% kualitas pelayanan yang ada baik. Kemudian terdapat 35% responden dengan loyalitas pelanggan yang tinggi dengan didistribusikan oleh 20% responden beranggapan bahwa kualitas pelayanan yang ada baik, 4% cukup baik dan

11% beranggapan sangat baik. Terdapat 26% responden dengan loyalitas pelanggan yang rendah yang beranggapan bahwa kualitas pelayanan yang ada cukup baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan cenderung mendorong loyalitas pelanggan menjadi tinggi, begitu juga sebaliknya.

3.7.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y), yang dinyatakan dalam persentase. Untuk mengetahui dapat dilihat dari adjusted Rsquare jika adjusted Rsquare mendekati 0 maka variabel loyalitas pelanggan tidak mampu menerangkan variabel loyalitas pelanggan. Dan jika adjusted Rsquare mendekati 1 maka variabel kualitas pelayanan dapat menerangkan dengan baik variabel loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi pada tabel 3.23, menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi (r^2) variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan diperoleh nilai sebesar 0,538. Untuk memperoleh nilai koefisien determinasi (r^2) dalam bentuk persentase, maka digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= (r^2) \times 100\% \\ &= 0,538 \times 100\% \\ &= 53,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar 53,8%. Dalam hal ini berarti sebesar 53,8% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 46,2% dijelaskan oleh variabel lain, selain variabel kualitas pelayanan.

3.7.3 Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh dan arah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga jika skor atau nilai variabel bebas diketahui maka skor atau nilai dari variabel terikatnya dapat diprediksi. Berikut merupakan hasil uji regresi sederhana yang diperoleh dari pengujian melalui uji statistik antara variabel suasana toko (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y):

Tabel 3. 36
Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.399	1.579		-2.786
	Kualitas Pelayanan	.566	.053	.734	10.692
					.000

a. Dependent Variable: LP

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada Tabel 3.36 di atas, diketahui nilai sig. adalah $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap

variabel loyalitas pelanggan (Y), koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,566 dan nilai konstantanya adalah -4,399. Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = -4,399 + 0,566 X_2$$

Dimana: Y = Loyalitas Pelanggan

X_1 = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Terdapat pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sehingga arah hubungan keduanya adalah searah.
- b. Koefisien beta untuk variabel kualitas produk sebesar 0,734, ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,734 atau 73,4%.
- c. Nilai konstanta sebesar -4,399, menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, nilai loyalitas pelanggan adalah sebesar -4,399. Artinya jika koefisien kualitas pelayanan bernilai 0, maka loyalitas pelanggan bernilai negatif yaitu -4,399. Dan jika koefisien kualitas pelayanan bernilai 0,566 maka nilai loyalitas pelanggan menjadi -4,398.
- d. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelay(X_2) sebesar 0,566, ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,566. Sehingga jika terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka penilaian responden

terhadap loyalitas pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,566 satuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan maka loyalitas pelanggan semakin tinggi pada ICOS Café.

3.7.4 Uji t

Uji t merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel suasana toko (X1) secara individual berpengaruh atau tidak terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, yaitu:

Ha : Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di ICOS Café

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di ICOS Cafe

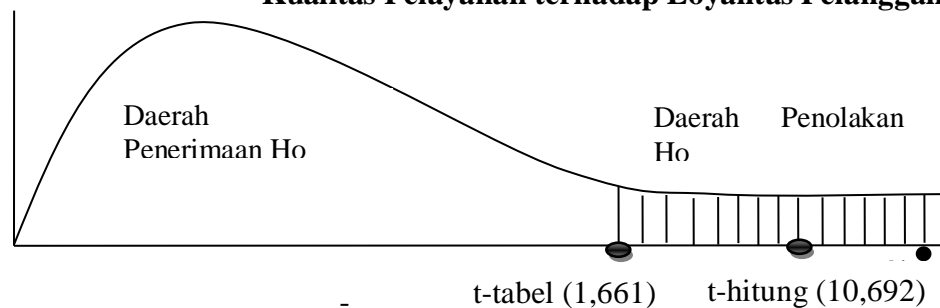
Dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan t tabel dengan t hitung sebagai berikut:

1. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $\text{sig probability} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{sig probability} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pada Tabel 3.25 diatas bahwa nilai *sig probability* variabel kualitas pelayanan adalah $0,00 < 0,05$ dan $t\text{-hitung } 10,692 > t\text{-tabel}$. Nilai $t\text{-tabel}$ dengan $df=n-k$, atau $df=98$ dan $\alpha = 5\%$ diperoleh 1,661. Dengan demikian maka H_0 ditolak sehingga kesimpulannya adalah ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan ICOS Cafe. Bentuk hubungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah positif yang ditunjukkan oleh tanda positif pada koefisien regresinya, hubungan yang positif ini menunjukan bahwa jika persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh ICOS Cafe baik, maka berdampak pada loyalitas pelanggan ICOS Cafe yang semakin meningkat.

Gambar 3. 2

Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t
Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan



3.8 Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis yang terakhir ini dilakukan dengan pengujian statistik uji linier sederhana, pengujian ini difungsikan untuk mengetahui pengaruh antara variabel suasana toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Berikut ini merupakan hasil uji yang telah dilakukan:

3.8.1 Koefisien Korelasi

Uji korelasi adalah sebuah uji yang digunakan untuk menilai seberapa kuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya. Hubungan yang kuat pada kedua variabel diartikan jika suatu variabel mengalami penurunan atau kenaikan maka akan berakibat penurunan atau kenaikan pada variabel yang lain, sebaliknya jika salah satu variabel mengalami kenaikan atau penurunan dan hanya mengalami dampak yang tidak berarti pada variabel lainnya maka seluruh variabel tersebut memiliki hubungan yang rendah.

Uji korelasi seperti yang telah dikatakan sebelumnya bahwa jika nilai korelasinya (R) 0,0 – 0,199 maka hubungannya sangat rendah, jika 0,20 – 0,399 maka hubungannya tidak kuat, jika 0,40 – 0,599 maka hubungannya sedang, jika 0,60 – 0,799 maka hubungannya kuat dan 0,80 – 1,00 maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya sangat kuat. Berikut merupakan hasil perhitungan korelasi pada variabel harga dan variabel kualitas produk dengan variabel loyalitas pelanggan:

Tabel 3. 37
Koefisien Korelasi Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.674	.668	1.742

a. Predictors: (Constant), ST, KP

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 3.26 diatas dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh kedua variabel independen yaitu variabel suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki hubungan sebesar nilai R 0,821 atau pada kriteria hubungan nilai tersebut masuk pada jenis yang sangat kuat, jika kedua variabel toko dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan atau penurunan persepsi pada responden, maka akan memberikan dampak langsung pada variabel loyalitas pelanggan.

3.8.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel suasana toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y), yang dinyatakan dalam persentase. Untuk mengetahui dapat dilihat dari adjusted Rsquare jika adjusted Rsquare mendekati 0 maka variabel independen yang dipilih antara tidak mampu menerangkan variabel suasana toko dan kualitas pelayanan. Dan jika adjusted Rsquare mendekati 1 maka variabel suasana toko dan kualitas pelayanan dapat menerangkan dengan baik variabel loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi pada tabel 3.26, menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi (r^2) variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembeli diperoleh nilai sebesar 0,674. Untuk memperoleh nilai koefisien determinasi (r^2) dalam bentuk persentase, maka digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD &= (r^2) \times 100\% \\
 &= 0,674 \times 100\% \\
 &= 67,4\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh yang diberikan variabel suasana toko (X1) dan kualitas pelayanan(X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar 67,4%. Dalam hal ini berarti sebesar 67,4% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh suasana toko dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 32,6% dijelaskan oleh variabel lain, selain suasana toko dan kualitas pelayanan.

3.8.3 Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (suasana toko dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan) secara bersama-sama atau secara simultan. Jika arah hubungan antara kedua variabel adalah positif maka hubungan kedua variabel adalah searah, tetapi jika hubungan antara kedua variabel adalah negatif maka arah hubungannya adalah berlawanan. Menurut Sugiyono (2010:277), analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik–turunkan nilainya). Hasil uji regresi linear berganda variabel suasana toko (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan loyalitas pelanggan(Y) dapat dilihat pada Tabel 3.26 berikut:

Tabel 3. 38
Regresi Linear Berganda Suasana Toko dan Kualitas pelayanan terhadap
Loyalitas Pelanggan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.223	1.363		-4.564	.000
Suasana Toko	.317	.050	.471	6.367	.000
Kualitas Pelayanan	.341	.057	.441	5.968	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pada Tabel 3.27 di atas, diketahui koefisien regresi untuk variabel suasana toko (X_1) adalah sebesar 0,317 dan koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,341 dan nilai konstantanya adalah -6,223. Sehingga persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = -6,223 + 0,317 X_1 + 0,341 X_2$$

Dimana: Y = Loyalitas Pelanggan

X1 = Suasana Toko

X2 = Kualitas pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Terdapat pengaruh positif dari variabel suasana toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Sehingga arah hubungan antar variabel adalah searah.
- b. Koefisien beta untuk variabel suasana toko sebesar 0,471 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,441 ini menyatakan bahwa variabel suasana toko dan kualitas pelayanan sama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yaitu masing masing sebesar 47,1% untuk variabel suasana toko dan 44,1% untuk kualitas pelayanan.
- c. Nilai konstanta sebesar -6,223, menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel suasana toko dan kualitas pelayanan, nilai loyalitas pelanggan adalah sebesar -6,223. Artinya jika koefisien suasana toko dan kualitas pelayanan bernilai 0, maka loyalitas pelanggan bernilai positif yaitu -6,223.
- d. Koefisien regresi untuk variabel suasana toko (X_1) sebesar 0,317 dan kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,341, ini menyatakan bahwa variabel suasana toko dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian loyalitas pelanggan. Sehingga jika terjadi peningkatan pada variabel suasana toko sebesar 1 satuan, maka penilaian responden terhadap loyalitas pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,317 satuan. Sedangkan apabila variabel kualitas pelayanan naik 1 satuan, maka loyalitas pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,341 satuan. Sehingga dapat

dikatakan bahwa jika suasana toko dan kualitas pelayanan ditingkatkan secara bersama-sama ke arah positif maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat ke arah positif juga.

3.8.4 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel suasana toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Adapun hipotesis antara suasana toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dan loyalitas pelanggan (Y) adalah

H_a : Diduga terdapat pengaruh antara suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di ICOS Cafe

H_o : Tidak terdapat pengaruh antara suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di ICOS Cafe

Dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan t tabel dengan t hitung sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig\ probability > 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh antara suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan .
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig\ probability < 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Tabel 3. 39
Uji F Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	610.023	2	305.011	100.490	.000 ^a
	Residual	294.417	97	3.035		
	Total	904.440	99			

a. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Kualitas Pelayanan

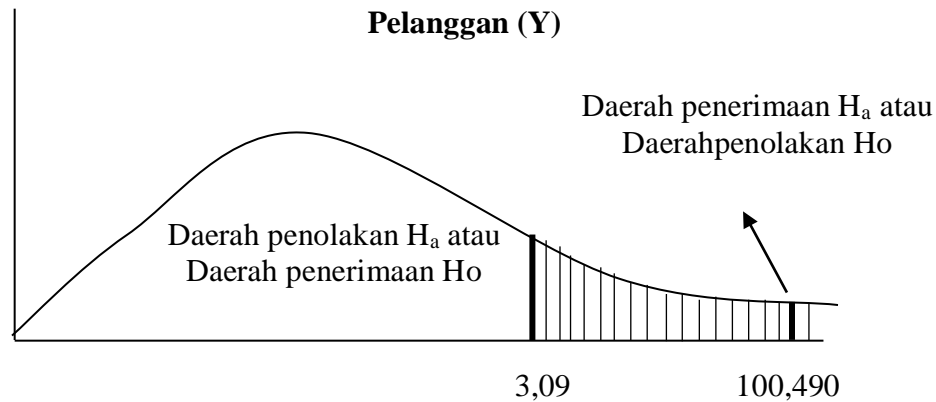
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Nilai F tabel diketahui dengan melihat tabel F yang disesuaikan dengan *degree of freedom*1 (df 1) dan *degree of freedom*2 (df 2) dengan signifikansi 5 persen (0.05). Untuk memperoleh df1 digunakan perhitungan $df\ 1 = \text{jumlah variabel} - 1$, sehingga $df\ 1 = 3 - 1$ menghasilkan nilai sebesar 2. Sedangkan untuk memperoleh df 2 digunakan perhitungan $df\ 2 = n - k - 1$, dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen, sehingga $df\ 2 = 100 - 2 - 1$ diperoleh nilai sebesar 97. Berdasarkan ketentuan di atas, maka nilai F tabel diperoleh sebesar 3,09.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $100,490 > 3,09$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif antara suasana toko (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Pengaruh positif yang signifikan ini menunjukkan bahwa jika suasana toko dan kualitas pelayanan dari ICOS Cafe memiliki nilai yang baik dimata pelanggan, maka loyalitas pelanggan akan semakin

meningkat. Sebaliknya, jika suasana toko dan kualitas pelayanan ICOS Cafe kurang baik, loyalitas pelanggan akan ICOS Cafe menurun.

Gambar 3. 3
Kurva Uji Hipotesis
Pengaruh Suasana Toko (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas
Pelanggan (Y)



3.9 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab seluruh pertanyaan pada rumusan masalah yang tertera di bab 1 yaitu untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ICOS Café.

Suasana toko berdasar penelitian, mayoritas responden menilai variabel suasana toko baik karena sebesar 45% responden menyatakan suasana toko yang dihadirkan ICOS Cafe baik, dan bahkan terdapat 8% responden menilai sangat baik. Hal ini terjadi karena desain interior yang klasik dan minimalis tapi menarik, tata letak meja dan kursi yang baik sehingga nyaman dilihat, tingkat pencahayaan memadai sesuai dengan suasana yang dihadirkan, temperatur yang membuat pelanggan nyaman, aroma yang dihadirkan sedap dapat menggugah selera makan, tampilan bagian muka

menarik dan desain logo yang unik. Ada 37% responden yang menilai bahwa variabel suasana toko cukup baik. Namun ada 10% responden yang menyatakan bahwa suasana toko yang dimiliki ICOS Cafe buruk sehingga menggambarkan desain interior kurang menarik sehingga kurang bagus untuk di *upload* ke media sosial, penataan meja dan kursi kurang baik sehingga terkesan sempit, pencahayaan yang tidak memadai untuk membuat tugas, temperatur kurang membuat pelanggan nyaman, pelanggan merasa kehangatan atau kegerahan sehingga pelanggan tidak betah berlama-lama di kafe, aroma yang dihadirkan kurang sedap, tampilan bagian muka yang tidak menarik, dan desain logo yang tidak unik hampir sama seperti kafe sejenis lainnya.

Untuk kualitas pelayanan berdasarkan penelitian, mayoritas responden menilai variabel kualitas pelayanan baik karena sebesar 51% responden menyatakan jika kualitas pelayanan yang diberikan ICOS Cafe baik, dan bahkan terdapat 19% responden berada pada kategori sangat baik. Hal ini terjadi karena ruangan kafe dalam keadaan bersih, karyawan mampu melayani konsumen dengan cepat, fasilitas yang disediakan memadai seperti ruang parkir luas, wifi cepat, tempat untuk *ngecharge handphone*, karyawan melayani pesanan pelanggan dengan tepat, dalam penghitungan pembayaran teliti, serta penampilan karyawan di ICOS Cafe rapi. Ada 29% responden berada pada kategori cukup baik. Namun ada 1% yang menyatakan buruk terutama dalam hal ketelitian karyawan dalam penghitungan pembayaran kurang teliti, pelayanan masih lambat, pengetahuan karyawan tentang produk ICOS Café kurang hafal, karyawan kurang sopan dalam melayani konsumen, karyawan kadang masih keliru dalam melayani pesanan, jumlah fasilitas yang ada kurang dapat menunjang

pelayanan misalnya tidak ada *games* seperti kartu, uno, dll, tempat parkir untuk mobil kurang luas.

Untuk Loyalitas pelanggan berdasarkan penelitian, sebagian responden menilai variabel loyalitas pelanggan baik karena sebesar 35% responden berada pada kategori tinggi dan 6% responden berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini terjadi karena responden selalu ingin mengunjungi ICOS Café dan melakukan pembelian ulang produk ICOS Café, sering mengunjungi ICPS Café dalam tiga bulan terakhir lebih dari enam kali, ingin merekomendasikan ICOS Café kepada orang disekitarnya, dan tidak beralih ke kafe lain. Namun terdapat 29% berada pada kategori cukup tinggi dan 26% berada pada kategori rendah yang menandakan responden menyatakan tingkat loyalitasnya pada ICOS Cafe rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu responden tidak lagi memiliki keinginan untuk membeli ulang produk ICOS Cafe, karena responden telah merasakan kekecewaan ketika mengunjungi ICOS Cafe seperti desain interior kurang menarik untuk di abadikan. Selanjutnya frekuensi responden dalam mengunjungi ICOS Café jarang, sehingga hal tersebut memunculkan anggapan bahwa responden memiliki kemungkinan untuk mencari kafe lain. Dan yang terakhir responden menyatakan bahwa mereka tidak akan merekomendasikan ICOS Cafe kepada orang lain, hal ini dikarenakan rasa kecewa yang mereka rasakan ketika mengunjungi ICOS Cafe tidak akan mereka bagi kesiapapun sehingga mereka tidak berani untuk merekomendasikannya untuk orang lain. Melihat hal hal yang terjadi tersebut penurunan loyalitas pelanggan ICOS Cafe lebih banyak disebabkan oleh ketidak puasan konsumen dengan apa yang telah mereka rasakan setelah mengunjungi

ICOS Cafe sehingga mereka memilih untuk beralih mengunjungi kafe lain yang sejenis dan meninggalkan ICOS Café untuk mencari kafe dengan suasana toko yang lebih baik dan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Untuk menjawab hipotesis mengenai pengaruh antara suasana toko dan loyalitas pelanggan dilakukan dari pengujian korelasi dan regresi yang telah dilakukan antara suasana toko dan loyalitas pelanggan menghasilkan koefisien korelasi yang positif sebesar 0,745 yang artinya memiliki hubungan yang kuat dan koefisien regresi yang positif dengan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Variabel suasana toko menghasilkan $t\text{-hitung}$ sebesar 11,055 $> t\text{-tabel}$ 1,661. Koefisien regresi yang positif juga menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan mengenai suasana toko yang diberikan oleh ICOS Cafe, maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan ICOS Cafe. Sebaliknya jika persepsi pelanggan mengenai suasana toko yang diberikan oleh ICOS Cafe semakin memburuk, maka loyalitas dari pelanggan ICOS Cafe akan semakin rendah pula. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya sumbangan yang diberikan oleh suasana toko terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 55,5% sedangkan sisanya adalah sebesar 44,5% merupakan kontribusi dari variabel lain selain variabel suasana toko.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka hipotesis pertama (H_1) yaitu, “Suasana toko berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ICOS Cafe”, terbukti dan diterima. Maka dari hasil tersebut berarti suasana toko memiliki sumbangan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sama dengan yang diutarakan oleh Shen & Hsieh (dalam Hosseini et al, 2013:1522) yang menyebutkan biasanya *store*

atmosphere yang sesuai dengan keinginan akan meningkatkan waktu yang dihabiskan saat berbelanja, kepuasan saat berbelanja, dan merencanakan akan kembali berbelanja ditoko yang sama diwaktu yang akan datang. Dengan kata lain, hal ini merujuk pada lebih banyak loyalitas pelanggan. Demikian juga pada penelitian Citra Linggasari (2015) tentang “pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada kopi progo bandung” yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan. Suasana toko yang baik akan membuat konsumen terus menerus mengunjungi ICOS Cafe, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi dan apabila terjadi perubahan pada suasana toko maka loyalitas pelanggan akan ikut berubah.

Kemudian jawaban untuk hipotesis mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ICOS Cafe dilakukan pengujian korelasi dan regresi yang telah dilakukan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan menghasilkan koefisien korelasi yang positif sebesar 0,734 yang artinya memiliki hubungan yang kuat dan koefisien regresi yang positif dengan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Variabel kualitas pelayanan menghasilkan $t\text{-hitung}$ sebesar $10,692 > t\text{-tabel } 1,661$. Koefisien regresi yang positif juga menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh ICOS Cafe, maka akan semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan ICOS Cafe. Sebaliknya jika persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh ICOS Cafe semakin memburuk, maka loyalitas dari pelanggan ICOS Café akan semakin rendah pula.. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya sumbangan yang diberikan oleh harga

terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 53,8% sedangkan sisanya adalah sebesar 46,2% merupakan kontribusi dari variabel lain selain variabel kualitas pelayanan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka hipotesis pertama (H_2) yaitu, “Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ICOS Cafe”, terbukti dan diterima. Maka dari hasil tersebut berarti kualitas pelayanan memiliki sumbangan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sama dengan yang diutarakan oleh Kotler (1994:9) apabila jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, maka mereka akan menggunakan penyedia jasa itu lagi. Dengan demikian kualitas pelayanan baik sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan loyal menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Demikian juga pada penelitian Megasari (2013) tentang “pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di restoran tairyo indonesia” yang menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan optimal dapat membuat konsumen puas dan setia sehingga menciptakan pelanggan yang tinggi.

Untuk mendapat jawaban hipotesis terakhir mengenai pengaruh antara suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ICOS Cafe dilakukan uji regresi linear berganda. Suasana toko dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki kontribusi terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 67,4% melalui uji korelasi suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini ditunjukkan bahwa hasil yang diperoleh signifikan antara suasana toko dan kualitas

pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan dengan melihat hasil uji regresi berganda, dimana $F_{hitung} (100,490) > F_{tabel} (3,09)$.

Hasil koefisien beta pada uji regresi berganda dari suasana toko (X_1) menunjukkan angka 0,317 dan kualitas pelayanan (X_2) menunjukkan angka 0,341 yang artinya dalam penelitian ini pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah variabel kualitas pelayanan (X_2). Kualitas pelayanan yang optimal seperti kebersihan, kecepatan, ketepatan, kesopanan karyawan dalam melayani pesanan pelanggan kecepatan karyawan dalam melayani pesanan pelanggan, akan membuat pelanggan menjadi puas merupakan kunci utama mengapa responden terus mengunjungi ICOS Cafed dan loyal terhadap ICOS Cafe dibandingkan dengan suasana toko yang diberikan oleh ICOS Cafe.

Sehingga berdasarkan perhitungan tersebut, hipotesis ketiga (H_3) yaitu, “Suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan” terbukti diterima. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara suasana toko, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Dengan memberikan suasana toko yang baik dan kualitas pelayanan yang baik tentu akan menstimulus pelanggan untuk terus mengunjungi ICOS Café sehingga loyalitas pelanggan ICOS Café akan beranjak naik, tentunya kenaikan loyalitas pelanggan ini akan menyebabkan penjualan ICOS Cafe terus berjalan lancar dan berdampak pada peningkatan pendapatan yang dimiliki oleh ICOS Cafe